

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Badji Mokhtar-Annaba University

Université Badji Mokhtar-Annaba



جامعة باجي مختار-عنابة

كلية: العلوم الإنسانية

القسم: الإعلام والاتصال

الشعبة: علوم إنسانية

التخصص: الإعلام والاتصال

القواعد المهنية للتغطية الإخبارية
في القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية
"قناتا France 24, BBC أنموذجا"
—دراسة تحليلية وميدانية—

رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم

إشراف الأستاذ الدكتور:

جمال العيفة

إعداد الطالبة:

صليحة سليمان

الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة الأصلية	الصفة
أ.د. الزهرة بوجفجوف	أستاذة	جامعة باجي مختار-عنابة	رئيسا
أ.د. جمال العيفة	أستاذ	جامعة باجي مختار-عنابة	مشرفا ومقررا
أ.د. ليلي فيلالي	أستاذة	جامعة الأمير عبد القادر-قسنطينة	عضوا مناقشا
أ.د. الطيب البار	أستاذ	جامعة العربي بن مهيدي-أم البواقي	عضوا مناقشا
أ.د. عبد الرزاق حموش	أستاذ	جامعة 08 ماي 1945-قسالمة	عضوا مناقشا

السنة الدراسية: 2024-2025



إهداء

أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى من وهبوني الحياة والأمل، وعلموني أن أرتقي
سُلم الحياة بحكمة وصبر برا وإحسانا ووفاء لهما أبي الغالي رحمه الله، وأمي
العزيزة أطال الله في عمرها.

إلى من كان لي عوناً في رحلة بحثي زوجي قاسمي رشيد

إلى قرة عيني أولادي رضوى غزلان، وسهيل سراج الدين.

إلى من دمهم يجري في عروقي إخوتي وأخواتي.

إلى رفيقات دربي، ونحن نشق الطريق في الحياة نحو النجاح وردة بوجلال، وفوزية
بوشوشة.

إليكم أهدي ثمرة جهدي

شكر وتقدير

﴿وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَلَدَيْهِ إِحْسَانًا حَمَلَتْهُ أُمُّهُ كُرْهًا وَوَضَعَتْهُ كُرْهًا وَحَمَلُهُ وَفَصْلُهُ ثَلَاثُونَ شَهْرًا حَتَّىٰ إِذَا بَلَغَ أَشُدَّهُ وَبَلَغَ أَرْبَعِينَ سَنَةً قَالَ رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَلَدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَصْلِحْ لِي فِي ذُرِّيَّتِي إِنِّي تُبْتُ إِلَيْكَ وَإِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ﴾ (١٥)

[سورة الاحقاف الآية 15]

الشكر لله العلي القدير على عظيم فضله، فهو من يسر لي إتمام هذه الدراسة.
وانطلاقاً من قوله ﷺ: «من لم يشكر الناس لم يشكر الله»
أتوجه بالشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف الأستاذ الدكتور العيفة جمال على
توجيهاته القيمة طيلة فترة إنجاز هذه الدراسة.
كما أتوجه بالشكر والامتنان للجنة المناقشة، وإلى زملائي الأساتذة بجامعة باجي
مختار عنابة قسم الإعلام والاتصال، وبجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية
قسنطينة قسم الدعوة والإعلام والاتصال.

إلى كل من قدم لنا يد العون من بعيد أو من قريب.

لكل هؤلاء خالص الشكر والتقدير

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة) بالقواعد المهنية في تغطيتها الإخبارية، حيث انطلقت من تساؤل رئيسي مفاده: ما مدى التزام قناتي (BBC و France24) بالقواعد المهنية في تغطيتهما الإخبارية؟.

تنتمي الدراسة إلى الدراسات الوصفية، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي بشقيه التحليلي والميداني، واستخدمت أداة استمارة تحليل محتوى لعينة قصدية بلغ قوامها 88 من النشرات الإخبارية الرئيسية في القناتين (محل الدراسة)، واستمارة استبيان لعينة قصدية تبلغ 60 مفردة من الأساتذة الجامعيين والصحفيين.

كشفت نتائج الدراسة التحليلية عن وجود نسبي للقواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)، حيث أكدت النتائج على وجود نسبي لكل من قاعدة الدقة وقاعدة التوازن، وقاعدة الشمولية، وقاعدة الوضوح، والنزاهة والإنصاف، ووجود ضعيف لقاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقناتين، وكانت قناة BBC أكثر التزاما من قناة France24.

كما أظهرت نتائج الدراسة الميدانية على أن هناك اتفاق متوسط على الالتزام بالقواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و France24) حسب رأي الأساتذة الجامعيين والصحفيين، حيث أكدت النتائج على هناك اتفاق متوسط من طرف أفراد العينة من الصحفيين والأساتذة الجامعيين على الالتزام بكل من قاعدة الدقة الشاملة، وقاعدة التوازن، وقاعدة الشمولية، وقاعدة النزاهة والإنصاف، وقاعدة الوضوح، وقاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و France24) مع تفوق نسبي لصالح قناة BBC.

كشفت نتائج الدراسة على أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تبني القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية BBC تعزى لنوع القناة (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة، وأنه توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في تبني القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و France24) تعزى لتخصص المبحوثين (الصحفيين والأساتذة)

الكلمات المفتاحية:

القواعد المهنية، التغطية الإخبارية، القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية، قناة France24، قناة BBC.

Professional rules in news coverage for foreign Arabic speaking Tv channels BBC and France 24 as models

Analytical and field study

Abstract

This study aims to understand the extent to which foreign Arabic language TV channels (which are under study) adhere to professional rules in their news coverage, so, it started from a main enquiry, which is: To what extent do foreign Arabic speaking TV channels "France24" and "BBC" adhere to professional rules in their news coverage. This study is one sort of the descriptive studies, where it depended upon the descriptive approach, with its both sides: the analytical and field. Also, it used a content analysis form tool for a purposive sample that was consisted of 88 of the main news releases on the two channels (which are under study), in addition to a questionnaire form for a purposive sample that reached 60 university professors and journalists.

The analytical study's findings have detected a relative presence of professional rules in the news coverage of the channels under study, where the findings assured the relative presence of all the accuracy, balance, comprehensiveness, and clarity rules, besides to integrity and fairness, however there is a weak presence of the impartiality rule (neutrality) in the news coverage of the two channels, but BBC channel was more committed than France24.

As well as the findings of the field study have shown that there is an average agreement on committing to the professional rules in the news coverage of the BBC and France24 channels according to the view of the university professors and journalists, where the findings assured that there is an average agreement among the sample members of journalists and university professors to commit to the overall accuracy, balance, comprehensiveness, integrity and fairness, clarity, and impartiality (neutrality) rules in the news coverage of the BBC and France 24 channels, with a relative superiority in favor of the BBC channel.

Also, the findings of the study have detected that there are no statistically significant differences at the significance level (0.05) in the adoption of professional rules in the news coverage of Arabic speaking news channels due to the sort of channel BBC and France24, and this is in the view of the study sample of journalists and professors, as well as there are statistically significant differences at the significance level of 0.05 in the adoption of professional rules in the news coverage of the BBC and France24 channels due to the respondents' specialization (Journalists And Professors).

key words: Professional rules, news coverage, foreign Arabic speaking TV channels, France 24, BBC.

Les règles professionnelles, couverture de l'information, les chaînes de télévision étrangères arabophones, la chaîne France24 et la chaîne BBC

Etude analytique et terrain

Résumé :

Notre étude a pour but de voir dans quelle mesure les chaînes de télévision étrangères arabophones (notre objet de l'étude) respectent les règles professionnelles dans leur couverture de l'information, en partant d'une question principale : Dans quelle mesure la télévision étrangère arabophone et précisément les chaînes France24 et BBC adhèrent aux règles professionnelles dans leur couverture de l'information, il s'agit d'une étude purement descriptive dans la mesure où nous sommes appuyés sur une approche à la fois descriptive, à la fois analytique et expérimental. Nous avons utilisé un formulaire d'analyse de contenu pour un échantillon raisonné de 88 des principaux bulletins d'information des deux chaînes (objet de notre l'étude) et un questionnaire destiné à 60 professeurs d'université et journalistes.

Les résultats de notre étude analytique ont dévoilé une présence relative des règles professionnelles dans la couverture médiatique des chaînes étudiées. En effet, les résultats obtenus confirment la présence relative de la règle d'exactitude, de la règle d'équilibre, de la règle d'exhaustivité, de la règle de clarté, l'intégrité et l'équité mais une faible présence de la règle de non-partialité (neutralité) dans la couverture médiatique des deux chaînes, mais il est important de signaler que la chaîne BBC était plus engagée que la chaîne France24.

Les résultats de l'étude ont également révélé qu'il n'y a pas de différences statistiques significatives au niveau de signification (0,05) dans l'adoption des règles professionnelles dans la couverture de l'information des chaînes d'information en langue arabe BBC en raison du type de chaîne BBC et France24, selon l'avis des journalistes et des professeurs. En effet, il y a des différences statistiquement significatives au niveau de signification de 0,05 dans l'adoption des règles professionnelles dans la couverture de l'information de la BBC et des chaînes France24, et cela est due à la spécialisation de l'échantillon de la recherche (journalistes et professeurs)

Les mots clés:

Règles professionnelles, couverture de l'actualité, chaînes de télévision étrangères arabophones, France24, BBC

فهرس الموضوعات

1	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
7	1- إشكالية الدراسة
8	2- تساؤلات الدراسة
10	3-فرضيات الدراسة
12	4- أهداف الدراسة
13	5- أسباب اختيار الموضوع
14	6- أهمية الدراسة
15	7- الإجراءات المنهجية للدراسة
30	8- تحديد مفاهيم الدراسة
37	9- الدراسات السابقة
63	10-صعوبات البحث
الإطار النظري الفصل الثاني: الخلفية النظرية للدراسة	
66	المبحث الأول: نظرية حارس البوابة
66	المطلب الأول: مفهوم حراسة البوابة
68	المطلب الثاني: نشأة نظرية حارس البوابة الإعلامية
69	المطلب الثالث: القائم بالاتصال ونظرية حارس البوابة
73	المطلب الرابع: العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال
73	أولاً: قيم المجتمع وتقاليده

73	ثانيا: المعايير الذاتية للقائم بالاتصال
74	ثالثا: المعايير المهنية
76	رابعا: معايير الجمهور
76	خامسا: أخطاء القائم بالاتصال خلال عملية التحرير الصحفي
77	المطلب الخامس: وظائف حارس البوابة
78	المطلب السادس: الانتقادات الموجهة لنظرية حارس البوابة
80	المطلب السابع: الاستفادة من نظرية حارس البوابة في الدراسة
81	المبحث الثاني: نظرية الأجندة: "ترتيب الأولويات"
81	المطلب الأول: مفهوم نظرية الأجندة "ترتيب الأولويات"
85	المطلب الثاني: نشأة نظرية الأجندة "ترتيب الأولويات"
86	1-مراحل تطور نظرية الأجندة
87	2-الافتراضات الأساسية لنظرية ترتيب الأولويات
88	المطلب الثالث: أنواع دراسات ترتيب الأولويات
90	المطلب الرابع: العوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات
90	أولا :متغيرات تتعلق بالقضايا والموضوعات
92	ثانيا: متغيرات تتعلق بالجمهور
94	ثالثا: متغيرات تتعلق بوسائل الإعلام
96	المطلب الخامس: الانتقادات الموجهة لنظرية وضع الأجندة (ترتيب الأولويات)
98	المطلب السادس: مدى تطبيق نظرية ترتيب الأولويات على هذه الدراسة
99	المبحث الثالث: نظرية الأطر الإخبارية
99	المطلب الأول: نشأة نظرية الأطر الإخبارية
104	المطلب الثاني: مفهوم الإطار أو التأطير
107	المطلب الثالث: أنواع الأطر الخبرية
111	المطلب الرابع: العلاقة بين نظرية التأطير وخصائص التحرير الصحفي

115	المطلب الخامس: علاقة التأطير بالأيدولوجية و بالموضوعية
118	المطلب السادس: تقويم نظرية الأطر الإخبارية
120	المطلب السابع: مدى الاستفادة من نظرية الأطر الإخبارية
122	المبحث الرابع: نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام
122	المطلب الأول: تعريف نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام
123	المطلب الثاني: مستويات المسؤولية الاجتماعية الإعلامية
125	المطلب الثالث: نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة
128	المطلب الرابع: تصنيفات المسؤولية الاجتماعية للصحافة
130	المطلب الخامس: مبادئ وأسس نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة
131	المطلب السادس: انتقادات تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام
133	المطلب السابع: مدى الاستفادة من هذه النظرية في الدراسة
الفصل الثالث: القواعد المهنية في المجال الإخباري	
136	تمهيد
137	المبحث الأول: الفصل بين (أخلاقيات الإعلام، المعايير المهنية، القيم المهنية، القيم الإخبارية) ولقواعد المهنية.
137	المطلب الأول: أخلاقيات الإعلام
140	المطلب الثاني: المعايير والقيم المهنية الإخبارية
146	المطلب الثالث: القيم الإخبارية
165	المبحث الثاني: القواعد المهنية الإخبارية: تعريفها، تصنيفاتها وعلاقتها بالموضوعية
165	المطلب الأول: تعريف القواعد المهنية
167	المطلب الثاني: تصنيفاتها
175	المطلب الثالث: علاقة الموضوعية بالقواعد المهنية

	الفصل الرابع:
	تغطية الأخبار في القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية
180	تمهيد
181	المبحث الأول: التغطية الإخبارية: تعريفها، تصنيفاتها، أنواعها، مراحلها، وأشكالها
181	المطلب الأول: تعريف التغطية الإخبارية
183	المطلب الثاني: تصنيفات التغطية الإخبارية
183	أولاً: أنواع التغطية الإخبارية من حيث اتجاه المضمون
185	ثانياً: أنواع التغطية من حيث توقيتات حدوثها
187	المطلب الثالث: مراحل التغطية الإخبارية
194	المطلب الرابع: أشكال التغطية الإخبارية
194	أولاً: النشرة الإخبارية: تعريفها، أنواعها، ومعايير ترتيبها
199	ثانياً: الخبر التلفزيوني
205	ثالثاً: التقرير الإخباري التلفزيوني
212	رابعاً: التعليق الإخباري
213	خامساً: التحليل الإخباري
214	المبحث الثاني: مصادر التغطية الإخبارية: تعريفها، أنواعها...
214	المطلب الأول: تعريف مصادر الأخبار
215	المطلب الثاني: أنواع مصادر الأخبار
241	المطلب الثالث: علاقة الصحفي بمصادر الأخبار
243	المطلب الرابع: آليات تأكد الصحفي من صحة معلومات مصادره
245	المطلب الخامس: آليات الكشف عن تحيز المصادر الإخبارية
249	المبحث الثالث: القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية

249	المطلب الأول: نشأة وتطور القنوات التلفزيونية الفضائية الموجهة
252	المطلب الثاني: أنواع القنوات التلفزيونية الفضائية الموجهة
255	المطلب الثالث: خصائص القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية
257	المطلب الرابع: أهم القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية
262	المطلب الخامس: تأثير القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية
الإطار التطبيقي	
الفصل الخامس:	
الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية	
268	تمهيد
268	المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية
268	المطلب الأول: التعريف بعينة الدراسة القناتين (BBC و France24)
276	المطلب الثاني: إجراءات المعالجة الإحصائية لاستمارة تحليل المحتوى
278	المبحث الثاني: تحليل محتوى النشرات الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة)
278	المطلب الأول: وصف النشرات الإخبارية في التغطية للقنوات (محل الدراسة)
284	المطلب الثاني: الدراسة التحليلية لوجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)
284	1 - وجود قاعدة الدقة الشاملة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)
284	1_1 وجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)
294	1-2 وجود قاعدة دقة الصورة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)
299	1-3 وجود قاعدة دقة اللغة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)
300	2- وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)
304	3- وجود قاعدة الشمولية في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)
306	4- وجود قاعدة الحياد وعدم التحيز في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

317	5- وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)
323	6- وجود قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)
الفصل السادس: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية	
332	المبحث الأول: الإجراءات المنهجية لدراسة الميدانية
332	تمهيد
332	المطلب الأول: الإطار المنهجي للدراسة
332	أولاً: منهج وجمع بيانات الدراسة
333	ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة
333	المطلب الثاني: أداة الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة
338	المطلب الثالث: الدراسة الاستطلاعية لأداة الدراسة للقواعد المهنية للتغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية الناطقة باللغة العربية (FRANCE24, BBC)
344	المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات
344	المطلب الأول: التحليل الوصفي لخصائص أفراد العينة
344	1. خصائص أفراد العينة الخاصة بالأساتذة المتخصصين في الإعلام والاتصال
348	2. التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة فيما يخص متابعة أفراد العينة للقنوات الإخبارية
354	3- التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة فيما يخص اعتماد أفراد العينة على التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية الناطقة باللغة العربية
358	المطلب الثاني: التحليل الوصفي لخصائص أفراد العينة الخاصة بجمهور الصحفيين
358	1- خصائص أفراد العينة الخاصة بجمهور الصحفيين
363	2- التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة فيما يخص درجة متابعة أفراد العينة للقنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية
369	3- التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة فيما يخص اعتماد أفراد عينة الدراسة "الصحفيون" على التغطية الإعلامية في القنوات (محل الدراسة)

373	المطلب الثالث: وصف محاور الدراسة حسب إجابات عينة الدراسة
409	المطلب الرابع: اختبار، مناقشة وتحليل فرضيات الدراسة
409	1. اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة
410	2. اختبار الفرضية الرئيسية الأولى وفروعها
429	3. الفرضية الرئيسية الثانية H 2
431	4. الفرضية الرئيسية الثالثة H 3
نتائج الدراسة التحليلية والدراسة الميدانية	
434	1- نتائج الدراسة التحليلية
447	2- نتائج الدراسة الميدانية
453	3- مناقشة وتحليل فرضيات الدراسة
460	4-أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة
463	5- نتائج الدراسة في ضوء المقاربات النظرية
468	خاتمة
472	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	وصف عدد النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)	278
02	وصف المدة الزمنية للنشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)	279
03	وصف عدد الأخبار داخل النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)	280
04	وصف عدد عناوين النشرات الإخبارية في القنوات التلفزيونية (محل الدراسة)	281
05	وصف طول الخبر داخل النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)	282
06	وصف وجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	284
07	وصف نوعية النخب كمصدر للتغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	286
08	وصف تعدد المصادر في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	288
09	وصف نوعية المصادر المعتمدة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	290
10	وصف نوعية المعلومات التي قدمتها مصادر التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	293
11	وصف وجود قاعدة دقة الصورة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	294
12	وصف عناصر الإبراز في النشرات الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	296
13	وصف وجود قاعدة دقة اللغة المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	299
14	وصف وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	300
15	وصف كيفية عرض المعلومات المعتمدة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	302
16	وصف وجود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	304
17	وصف وجود قاعدة الحياد وعدم التحيز في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	306
18	وصف اتجاه الأخبار في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	308

19	وصف القضايا المطروحة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	309
20	وصف النطاق الجغرافي للقضايا المطروحة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	312
21	وصف الشخصيات المحورية في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	313
22	وصف سمات الشخصيات المحورية في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	314
23	وصف الاستمالات المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	316
24	وصف وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	317
25	وصف شكل تقديم أخبار النشرات الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	319
26	وصف صيغ وقوالب تقديم الخبر في النشرات الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	321
27	وصف وجود قاعدة لأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	323
28	وصف القيم الإخبارية المتضمنة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	325
29	وصف الأطر الإخبارية المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	328
30	نتائج معامل الاتساق الداخلي بين أبعاد ومحور تقييم حول وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة باللغة العربية مع الدرجة الكلية	339
31	نتائج معامل الارتباط بين عبارات أبعاد محور تقييم حول وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة باللغة العربية والأداة ككل	340
32	نتائج معاملات الصدق التمييزي لأبعاد محور تقييم حول وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة باللغة العربية.	341
33	نتائج معامل الثبات * ألفا كرونباخ * لجميع أبعاد محور تقييم حول وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة باللغة العربية	342
34	معامل الثبات بطريقة التجزئة النصفية لمحور تقييم حول وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة باللغة العربية	343
35	وصف متغير اسم المؤسسة الجامعية والإعلامية	344
36	توزيع العينة حسب الجنس	346

346	توزيع العينة حسب سنوات الخبرة	37
347	توزيع العينة حسب الرتبة الجامعية	38
349	وصف لإجابات الأساتذة على سؤال هل تتابع برامج القنوات الإخبارية؟	39
350	وصف لإجابات الأساتذة على سؤال ماهي القنوات الإخبارية التي تتابعها مع قناتي BBC و France24؟	40
351	وصف لإجابات الأساتذة على سؤال حدد أهم المواد الإخبارية التي تحرص على متابعتها في القنوات الإخبارية	41
352	وصف لإجابات الأساتذة على سؤال هل تتابع نشرات الأخبار في قناتي BBC و France24؟	42
353	وصف لإجابات الأساتذة على سؤال هل تتابع نشرات الأخبار بشكل كامل في قناتي BBC و France24؟	43
354	وصف لإجابات الأساتذة على سؤال ما مدى اعتمادك على النشرات الإخبارية في متابعة الأزمات في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية؟	44
355	وصف لإجابات الأساتذة على سؤال ماهي القضايا والأزمات التي تفضل متابعتها في القنوات الإخبارية؟	45
356	وصف لإجابات الأساتذة على سؤال كفاية المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و France24) ؟	46
357	وصف لإجابات الأساتذة على سؤال ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في تغطية القنوات الإخبارية الناطقة باللغة العربية للقناتين (BBC و France24)؟	47
358	توزيع العينة حسب اسم المؤسسة الإعلامية	48
359	توزيع العينة حسب الجنس	49
360	توزيع العينة حسب سنوات الخبرة	50
361	وصف متغير وظيفة أفراد عينة داخل المؤسسة الإعلامية	51
362	وصف متغير المستوى الدراسي	52
364	وصف لإجابات الصحفيون على سؤال بين درجة متابعة لبرامج القنوات الإخبارية	53

54	وصف لإجابات بجمهور الصحفيون على سؤال ماهي القنوات الإخبارية التي تتابعها مع قناتي BBC وFrance24؟	365
55	وصف لإجابات الأساتذة على سؤال حدد أهم المواد الإخبارية التي تحرص على متابعتها في القنوات التلفزيونية الإخبارية	366
56	وصف لإجابات الصحفيين على سؤال هل تتابع نشرات الأخبار بشكل كامل في قناتي (BBC وFrance24)؟	367
57	وصف لإجابات الصحفيين على سؤال هل تتابع نشرات الأخبار في قناتي (BBC وFrance24)؟	368
58	وصف لإجابات بجمهور الصحفيين على سؤال ما مدى اعتماد أفراد عينة الدراسة "الصحفيون" على التغطية الإعلامية في القنوات (محل الدراسة)	369
59	وصف لإجابات الصحفيين على سؤال ماهي القضايا والأزمات التي تفضل متابعتها في القنوات (محل الدراسة)؟	370
60	وصف لإجابات الصحفيين على سؤال كفاية المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)؟	371
61	وصف لإجابات الصحفيين على سؤال ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في تغطية القنوات التلفزيونية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)؟	372
62	درجات مقياس ليكارت الخماسي	374
63	مجالات تقييم الوزن النسبي للمتوسط الحسابي	374
64	وصف الإجابات حول البعد الأول وجود قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية (محل الدراسة)	376
65	وصف الإجابات حول البعد الأول (2): وجود قاعدة (الدقة في المعلومة) في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	380
66	وصف الإجابات حول وجود قاعدة (الدقة في الصورة) في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	383

387	وصف الإجابات حول وجود قاعدة (الدقة في اللغة) في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	67
391	وصف الإجابات حول وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية (محل الدراسة).	68
395	وصف الإجابات حول ورود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية (محل الدراسة).	69
398	وصف الإجابات حول وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية (محل الدراسة)	70
402	وصف الإجابات حول وجود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية (محل الدراسة)	71
406	وصف الإجابات حول وجود قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية (محل الدراسة)	72
407	وصف الإجابات حول وجود قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية (محل الدراسة)	73
409	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة الأساسية	74
410	اختبار ستودنت للفرضية الجزئية الأولى	75
412	اختبار ستودنت للفرضية الجزئية الثانية	76
414	اختبار ستودنت للفرضية الجزئية الثالثة	77
416	اختبار ستودنت للفرضية الجزئية الرابعة	78
417	اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الأولى	79
419	اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الثانية	80
421	اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الثالثة	81
423	اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الرابعة	82
424	اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الخامسة	83

426	اختبار ستودنت للفرضية الفرعية السادسة	84
427	اختبار ستودنت للفرضية الرئيسية الأولى	85
429	اختبار الفرضية الثانية	86
431	اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة	87

فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	مكونات عملية ترتيب الأولويات	84
02	تأثير أجندة وسائل الإعلام على أجندة الجمهور	85
03	وصف عدد النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).	278
04	وصف المدة الزمنية للنشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)	279
05	وصف عدد الأخبار داخل النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)	280
06	وصف عدد عناوين النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)	282
07	وصف طول الخبر داخل النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)	283
08	وصف نوعية النخب كمصدر للتغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	287
09	وصف تعدد المصادر في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	289
10	وصف نوعية المصادر المعتمدة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	291
11	وصف نوعية المعلومات التي قدمتها المصادر في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	293
12	وصف عناصر الإبراز في النشرات الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	297
13	وصف وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	301
14	وصف كيفية عرض المعلومات المعتمدة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	303
15	وصف وجود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	304
16	وصف اتجاه الأخبار في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	308

310	وصف القضايا المطروحة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	17
312	وصف النطاق الجغرافي للقضايا المطروحة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	18
314	وصف الشخصيات المحورية في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	19
315	وصف سمات الشخصيات المحورية في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	20
316	وصف الاستمالات المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	21
318	وصف وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	22
320	وصف شكل تقديم الأخبار داخل النشرات الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	23
322	وصف صيغ وقوالب تقديم الخبر في النشرات الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	24
325	وصف القيم الإخبارية المتضمنة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	25
328	وصف الأطر الإخبارية المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	26
345	وصف متغير اسم المؤسسة الجامعية والإعلامية	27
346	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	28
347	توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة	29
348	توزيع أفراد العينة حسب الرتبة الجامعية	30
359	توزيع أفراد العينة حسب اسم المؤسسة الإعلامية	31
360	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	32
361	توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة	33
362	وصف متغير وظيفة أفراد عينة داخل المؤسسة الإعلامية	34
363	وصف متغير المستوى التعليمي	35

مقدمة

مقدمة

مع ثورة المعلومات التي شهدتها العقود الأخيرة اتسع نطاق المنافسة بين القنوات والمحطات التلفزيونية نحو تقديم خدمات مستمرة في المجال الإعلامي عامة والمجال الإخباري بصفة خاصة، وأصبحنا نعيش في فضاء إعلامي مفتوح ألغيت فيه كل الحدود الكلاسيكية.

وتحتل الوظيفة الإخبارية صدارة الاهتمام في القنوات التلفزيونية الإخبارية، خاصة مع تنامي اهتمام المشاهد بما يجري من حوله من أحداث وقضايا، وأصبح على صلة وثيقة بالحدث عند وقوعه في مكانه من خلال التغطية المباشرة التي تقوم بها القنوات الإخبارية عبر نشراتها للأحداث فور وقوعها.

في وقت شهدت المنطقة العربية تنافسا شديدا بين القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية، واهتماما متزايدا بالمشاهد العربي امتدت من الصين شرقا إلى الولايات المتحدة غربا، هذه القنوات وفرت العديد من الخيارات للمشاهد العربي وعززت تواجدها وتأثيرها من خلال مختلف البرامج الإخبارية المبتكرة، والتي تحمل أفكار جديدة وتقنية عالية في الإخراج والإنتاج.

لقد اقتحمت هذه القنوات مجالا واسعا للآراء، والأصوات الممنوعة من الظهور في بلدانها، والتي تخضع لمؤسسات سلطوية تابعة للحكومات الأمر الذي أدى إلى تصدر هذه القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية قائمة القنوات الإخبارية الأكثر مشاهدة لدى المشاهد العربي، خاصة في العقد الأول والثاني من الألفية الثالثة.

تسعى هذه القنوات إلى أن تقدم للمشاهد العربي مفهوما خاصا لقضايا المنطقة العربية، والمشكلات التي تعيشها، وأسبابها، وأدوار الفاعلين فيها، والحلول التي تتصورها للقضايا محل الصراع خاصة، وأن أغلب هذه القنوات تتبع قوى أجنبية فاعلة منها خمس أعضاء في مجلس الأمن.

ولكن أمام هذا التزايد الملفت للانتباه، وهذا التنافس المحموم بين هذه القنوات الناطقة بالعربية مما أدى بالكثير من ذوي الاختصاص وغيرهم فهم هذا التزايد والبحث في أسبابه وخلفياته، ومبتغى هذه الدول الكبرى التي رصدت لذلك ميزانيات ضخمة وإمكانات بشرية وتقنية عالية.

إن أغلب القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية مفتوحة غير مشفرة وإخبارية لا تستهدف الربح المادي، وإنما

جاءت استجابة لمنطق محدد يهدف إلى بلوغ التأثير في الرأي العام العربي حسب بعض الدارسين.

في حين يطرح البعض الآخر من المتخصصين في الإعلام وغير المتخصصين أن القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية تتحرى الدقة، والحيادية في الأخبار الخاصة بالمنطقة العربية رغم عدم حيادها في بعض الأحيان اتجاه الأخبار التي تخصها، ويؤكد آخرون بأنه لا توجد معايير علمية وموضوعية محددة تؤكد بشكل قاطع حياد أو تحيز القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية.

لقد أصبح من الواجب التفكير والبحث في مهنية العمل الإخباري والقواعد التي تتحكم في التغطية الإعلامية في وقت يتزايد الاهتمام بضرورة التقيد بمعايير وقواعد العمل الصحفي عموماً، خاصة في ظل اتجاهات المؤسسات الإعلامية لتقليص الزمن المطلوب للإنتاج المحتوى الإعلامي وإيصاله إلى الجمهور، إن الكثير منها قد تخلّى عن هذه القواعد المهنية ودخل في ميدان السبق الإعلامي، ونافس حتى الجمهور في عرض الأخبار التي تتحدث في بيئتهم، ومحيطهم.

خاصة وأن واقع الممارسة المهنية يؤكد أن دور القنوات التلفزيونية الإخبارية لم يعد مقتصرًا على نشر المعلومات عن الأحداث الجارية ومتابعة تطوراتها، فالمؤسسات الإعلامية تقوم بتحديد أحداثاً بعينها لتغطيتها، في حين تتجاهل فيه تغطية أحداثاً أخرى، كما تتدخل في تحديد توقيت النشر، ويتجسد الانتقاء أيضاً على مستوى الحدث الواحد عندما يحدد المحررون المعلومات التي يتم نشرها، وقد يخفون معلومات أخرى قد تتوافر لديهم كما يحددون زوايا المعالجة التي سيركزون عليها في التغطية وفقاً لمقتضيات السياسة التحريرية لمؤسساتهم، ويختارون مصادر المعلومات التي سيعتمدون عليها، بل قد يلجئون لتوظيف أدوات اللغة من تسميات، وصفات بالإضافة لآليات التصوير المجازي لتأطير الأحداث والقوى الفاعلة فيها في سياقات وتطورات وأدوار محددة.

لقد أصبح لكل وسيلة إعلامية صناعة إخبارية تميزها، لذلك فإن عملية تغطية الأخبار تتأثر بعدد من العوامل التي تتحدد عليها طبيعة ونوعية التغطية الإخبارية للظواهر والأحداث الجارية محلياً وعالمياً منها ما يتعلق بالخبر وقيمه الإخبارية، وقيمه وقواعده المهنية، وكذلك تأثير ضغوط السياسة التحريرية للوسيلة الإخبارية، كما تتحكم مصادر الأخبار في توجيه العملية الإخبارية، وكذلك يؤثر العامل الاقتصادي والسياسي في عمل الوسيلة عن طريق حجم المعلومات، وفرض الرقابة، واستخدام أساليب

القوة الضاغطة على الكادر الإعلامي.

وتسعى الباحثة في هذه الدراسة من خلال فصولها الستة أن تتناسق وفق المنهج العلمي لبحوث الإعلام، انطلاقاً من البحث، والتقصي لمختلف المراجع وصولاً إلى النتائج المتحصل عليها في الدراسة التحليلية والميدانية، فجاءت في ستة فصول وهي:

الفصل الأول: الإطار المنهجي: ويشمل الإشكالية، والتساؤلات، والفرضيات، وأهمية وأهداف الدراسة، وأسباب اختيار الموضوع، ومنهج وأدوات الدراسة، مفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة وصعوبات البحث.

الإطار النظري

الفصل الثاني: الخلفية النظرية للدراسة. ويشمل المبحث الأول: نظرية حارس البوابة، والمبحث الثاني: نظرية ترتيب الأولويات، والمبحث الثالث: نظرية الأطر الإخبارية، والمبحث الرابع: نظرية المسؤولية الاجتماعية.

الفصل الثالث: القواعد المهنية في المجال الإخباري: ويشمل المبحث الأول: الفصل بين (أخلاقيات الإعلام، المعايير المهنية، القيم المهنية، القيم الإخبارية) والقواعد المهنية، والمبحث الثاني: القواعد المهنية: تعريفها وتصنيفاتها، علاقة القواعد المهنية بالموضوعية.

الفصل الرابع: تغطية الأخبار في القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية: ويشمل المبحث الأول: التغطية الإخبارية: تعريفها، تصنيفاتها، ومراحلها، وأشكالها، والمبحث الثاني: القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية: نشأتها، تصنيفاتها. خصائصها، وتأثيرها.

الإطار التطبيقي

الفصل الخامس: الفصل التطبيقي الخاص بالإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية، المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية، وفيه التعريف بالقناتين عينة الدراسة، إجراءات المعالجة الإحصائية لاستمارة تحليل المحتوى، إجراءات صدق وثبات استمارة تحليل المحتوى، والمبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة التحليلية، ويشمل تحليل محتوى النشرات الإخبارية للقناتين محل الدراسة، والدراسة

التحليلية لوجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)، وتفسيرها، ومناقشتها.

الفصل السادس: الفصل التطبيقي الخاص بالإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، ويشمل المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، وفيه الإطار المنهجي للدراسة الميدانية، الاختبارات الإحصائية المستخدمة لاختبار الفرضيات، الدراسة الاستطلاعية لأداة الدراسة للقواعد المهنية في التغطية الإخبارية، المبحث الثاني: ويشمل تحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات وتفسيرها

وفي نهاية الدراسة تخلص الباحثة إلى أهم نتائج الدراسة التحليلية والدراسة الميدانية، ونتائج اختبار فرضيات الدراسة، وأوجه التوافق والاختلاف بين الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة، ثم نتائج الدراسة في ضوء المقاربات النظرية المستخدمة.

ثم خاتمة، توصيات الدراسة، قائمة المراجع، الملاحق.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة.
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- فرضيات الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أسباب اختيار الموضوع
- 6- أهمية الدراسة
- 7- الإجراءات المنهجية للدراسة
- 8- تحديد مفاهيم الدراسة
- 9- الدراسات السابقة
- 10- صعوبات البحث

1- إشكالية الدراسة:

لقد تعقدت العملية الإخبارية في عالم مليء بالصراعات المختلفة الأيديولوجية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية تركت أثارها الواضحة في إنتاج المحتوى الإخباري، كما تغيرت النظرة إلى الأخبار، وأصبحت عملية إعدادها صناعة معقدة تجاوزت الوصف الاعتيادي، إذ لم يعد الخبر وصفا لحدث آني يحظى بالاهتمام، بل بات نافذة يطل بها برأيه أو توظيف اتجاهاته مع هذا الطرف أو ذاك أو لصالح هذه العملية أو تلك، وأصبح صناعة مميزة لها سماتها، وأساليب عرضها، وهذه الصناعة الصحفية تتفاعل معها اليوم عدة عوامل كتطور وسائل نقلها إلى الجمهور، ومن تكوين رأي عام اتجاه القضايا المختلفة.

حيث شهدت صناعة الأخبارن وأساليب إعدادها، وإخراجها تطورا كبيرا في السنوات الأخيرة وامتد هذا التطور ليشمل لغة الخبر، وطريقة صياغته، وتحريره، وقوابله، والشكل الذي يصل به إلى المتلقي، وما يفترض فيه من قواعد مهنية خاصة مع اضطراب التطور التقني في وسائل نقل الأخبار، وما أصابه من تطور للأحداث العالمية ازدادت الحاجة إلى مهنية الأخبار.

كما يرى الباحثون في مجال الإعلام أن مفهوم التغطية الإخبارية يتعدى عملية الحصول على البيانات، والتفاصيل لحدث معين، والمعلومات المتعلقة به لتشمل أيضا تقويم المادة الإخبارية، وتحريرها بشكل صحفي أخباري مناسب.

وتعد قواعد التغطية الإخبارية ركائز أساسية في صناعة الخبر التلفزيوني الأمر الذي منحها أهمية بالغة تعتمد عليها المؤسسات الإعلامية، لا سيما أثناء التغطيات الإخبارية التلفزيونية، وأثناء عملية تحويل الأحداث إلى قصص إخبارية من خلال انتقاء الأخبار، وترتيبها، والمفاضلة بينها، وتداخل عوامل ترتبط بالسياسات والأهداف التي تتبناها المؤسسة الإعلامية.

ولما كان تحديد مفهوم واضح لقواعد التغطية الإخبارية يسهم في تأمين تغطية إخبارية متوازنة وموضوعية، ومهنية للأحداث في ظل تسابق القنوات الإخبارية في عصر المعلومات الذي نعيشه إلى تحقيق السبق الصحفي وشد المشاهد بشتى الطرق، فإن تحديد ذلك المفهوم يصبح مطلبا مهما لتفسير تلك الأحداث، وتحديد مساراتها، وأبعاد عملية توظيف هذه القواعد توظيفا أساسيا في عملية التغطية

الإخبارية، ولما كانت النشرات الإخبارية أبرز المضامين المقدمة في القنوات الإخبارية، والتي لم تعد تقتصر على التقارير الجافة عن الأحداث، بل أصبحت التغطية مدعومة بصور حية وشهادات فورية مباشرة من الفاعلين في الحدث إضافة إلى فتح المجال أمام المحللين، وصناع القرار وقادة الرأي، ووضع الحدث في إطاره، والكشف عن أبعاده، وخفاياه، وتأويلاته بما ينسجم مع الأهداف التي تنبناها تلك القنوات.

وتأسيساً على ذلك تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية الإخبارية الناطقة باللغة العربية واستعراض القواعد التي تعتمدها في صناعة، وتحرير أخبارها ضمن نشراتها الإخبارية خاصة مع زيادة الجدل حول تجاوز هذه القنوات للقواعد المهنية، ويبقى أكبر التحديات التي تواجه القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية يرجع إلى مدى التزامها بالقواعد المهنية في تغطيتها الإخبارية كالدقة وتنوع المصادر والشمولية، والتكامل، والتوازن، والنزاهة، وعدم التحيز، والوضوح، خاصة وأن كل القنوات تدعي أنها تلتزم الحياد والمهنية.

ولهذا جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على عينة من القنوات التلفزيونية الإخبارية الأجنبية الناطقة باللغة العربية، فجاء التساؤل الرئيسي مفاده: ما مدى التزام قناتي (BBC و FRANCE24) بالقواعد المهنية في تغطيتهما الإخبارية؟

2- تساؤلات الدراسة:

لإثراء إشكالية البحث سنقوم بطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تمثل ركائز أساسية لتفكيك التساؤل الرئيسي:

1.2. تساؤلات الدراسة التحليلية:

ويمكن تقسيمها إلى:

أولاً: تساؤلات خاصة بالشكل: كيف قيل؟

- ما عدد الأخبار في النشرات الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة)

- ما المساحة الزمنية للنشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة) ؟

- ما الأشكال الإخبارية المستخدمة في النشرات الإخبارية للقنوات (محل الدراسة) ؟

- ما عناصر الإبراز المستخدمة في النشرات الإخبارية للقنوات (محل الدراسة) ؟

- ما أشكال تقديم الخبر في النشرات الإخبارية للقنوات (محل الدراسة) ؟

ثانيا: التساؤلات الخاصة بالمضمون: ماذا قيل؟

- ما مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة بالعربية (محل الدراسة) في تغطيتها الإخبارية بقاعدة الدقة الشاملة؟

- ما مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة بالعربية (محل الدراسة) بدقة المعلومة في تغطيتها الإخبارية؟

- ما مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة) بدقة الصورة في تغطيتها الإخبارية؟

- ما مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة) بدقة اللغة في تغطيتها الإخبارية؟

- ما مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة) بقاعدة التوازن في تغطيتها الإخبارية؟

- ما مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة) بقاعدة الشمولية والتكامل في تغطيتها الإخبارية؟

- ما مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة) بقاعدة الحياد وعدم التحيز في تغطيتها الإخبارية؟

- ما مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة) بقاعدة الوضوح في تغطيتها الإخبارية؟

- ما مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة) بقاعدة الأنصاف والنزاهة في تغطيتها الإخبارية؟

2.2. تساؤلات الدراسة الميدانية

- ما مدى متابعة الصحفيين والأساتذة الجامعيين للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة)؟
- ما مدى اعتماد الصحفيين والأساتذة الجامعيين على التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)؟
- ما درجة ثقة الصحفيين والأساتذة الجامعيين في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة) ؟
- ما تقييم الصحفيين والأساتذة الجامعيين حول وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الأجنبية (محل الدراسة) في تغطيتها الإخبارية؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في تطبيق القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية (BBC و FRANCE24) تعزى لنوع القناة حسب رأي الصحفيين والأساتذة الجامعيين.
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في تطبيق القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (BBC و FRANCE24) تعزى لتخصص الباحثين الصحفيين والأساتذة الجامعيين.

3. فرضيات الدراسة:

تعتبر الفرضيات أساسية في البحث العلمي، وقد عرفت بأنها "تفسير مقترح للمشكلة موضوع الدراسة أو كما يقول فإن دالين. هي تفسير مؤقت أو محتمل يوضح العوامل والأحداث أو الشروف التي يحاول الباحث أن يفهمها" (1).

1.3. الفرضية الرئيسية الأولى:

وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية (BBC و FRANCE24) حسب رأي الصحفيين والأساتذة الجامعيين.

1.3.1 الفرضيات الفرعية:

- توجد قاعدة الدقة الشاملة في التغطية الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (BBC و FRANCE24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة الجامعيين.

(1) - فوزي غرايبي، البحث في العلوم الاجتماعية والانسانية، دار النشر والتوزيع، ط4، الاردن، 2008، ص28.

- توجد قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (BBC وFRANCE24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة الجامعيين.
- توجد قاعدة دقة الصورة في التغطية الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (BBC وFRANCE24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة الجامعيين.
- توجد قاعدة دقة اللغة في التغطية الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (BBC وFRANCE24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة الجامعيين.
- توجد قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (BBC وFRANCE24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة الجامعيين.
- توجد قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (BBC وFRANCE24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة الجامعيين.
- توجد قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (BBC وFRANCE24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة الجامعيين.
- توجد قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (BBC وFRANCE24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة الجامعيين.
- توجد قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (BBC وFRANCE24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة الجامعيين.

2.3- الفرضية الرئيسية الثانية:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في تطبيق القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (BBC وFRANCE24) تعزى لنوع القناة حسب رأي الصحفيين والأساتذة الجامعيين.

3.3-الفرضية الرئيسية الثالثة:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في تطبيق القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (BBC و FRANCE24) تعزى لتخصص المبحوثين الصحفيين والأساتذة الجامعيين.

4- أهداف الدراسة:

لقد تم تقسيم أهداف الدراسة إلى أهداف الدراسة التحليلية وأهداف الدراسة الميدانية

1.4-أهداف الدراسة التحليلية:

- التعرف على أهم العناصر الخاصة بشكل تقديم النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).
- التعرف على مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة) بقاعدة الدقة الشاملة في تغطيتها الإخبارية.
- التعرف على مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة) بقاعدة التوازن في تغطيتها الإخبارية.
- التعرف على مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة) بقاعدة الشمولية والتكامل في تغطيتها الإخبارية.
- التعرف على مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة) بقاعدة الحياد وعدم التحيز في تغطيتها الإخبارية.
- التعرف على مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة) بقاعدة الوضوح في تغطيتها الإخبارية.
- التعرف على مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة) بقاعدة الأنصاف والنزاهة في تغطيتها الإخبارية.

2.4- أهداف الدراسة الميدانية:

- التعرف على مدى متابعة المبحوثين للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة).
- التعرف على مدى اعتماد أفراد عينة الدراسة (الصحفيون والأساتذة) على القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية.

- التعرف على مدى ثقة المبحوثين في التغطية الإعلامية للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة).

- التعرف على مدى الالتزام بالقواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية BBC و FRANCE24، حسب رأي الصحفيين والأساتذة الجامعيين.

- التعرف على الفروق في تطبيق القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية تعزى لتخصص المبحوثين الصحفيين والأساتذة الجامعيين.

- التعرف على الفروق في تطبيق القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية تعزى لنوع القناة حسب رأي الصحفيين والأساتذة الجامعيين.

5- أسباب اختيار الموضوع:

يرجع اختيار هذا الموضوع من طرف الباحثة إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية، فأما الذاتية منها فيرجع إلى الاهتمام الشخصي الكبير، والتتبع الدائم للإعلام التلفزيوني، وخاصة الإخباري، وكذا الرغبة في البحث في قواعد هذا الإعلام التلفزيوني الإخباري، وخاصة الأجنبي الناطق باللغة العربية.

أما الأسباب الموضوعية فترجع إلى:

__ الدور التي أصبحت تلعبه هذه القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية كمصدر للمعلومة في أوساط شريحة لا بأس بها من الجمهور العربي خاصة أثناء الازمات والحروب.

__ الحاجة الملحة لإجراء دراسات وبحوث على هذه القنوات، وتقييم أدائها حول مدى التزامها بالقواعد المهنية في تغطيتها الإخبارية.

__ نقص الدراسات في مجال تقييم الأداء الإعلامي للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية خاصة في مجال القواعد المهنية في التغطية الإخبارية، رغم وجود دراسات حولها في مجالات أخرى.

6- أهمية الدراسة:

يمكن تلخيص أهمية الدراسة الحالية في عدة جوانب وهي:

- كونها من الدراسات العلمية القليلة التي تركز على دراسة مدى الالتزام بالقواعد المهنية في التغطية الإخبارية في القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية.

- تحاول الدراسة سد فجوة معرفية في مجال القواعد المهنية للتغطية الإخبارية في القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، والتي تضاف إلى الدراسات التي سبقتها.

- تكمن أهمية الدراسة كونها محاولة لتحديد مدى التزام القائم بالاتصال في القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية بالقواعد المهنية كالحيد وعدم التحيز، التكامل، النزاهة، الدقة، والشمول، والتوازن.

- تكمن أهمية هذه الدراسة كونها محاولة لوضع تعريفات محددة لبعض المصطلحات الهامة والخروج من التداخل والتقارب بين هذه المفاهيم، وتحديد حقيقة هذه المصطلحات على وجه الدقة والقدرة على التمييز بينها، ومعرفة عناصر كل منها: القواعد المهنية، القيم المهنية، المعايير المهنية، القيم الإخبارية، أخلاقيات الإعلام، وغيرها.

- وجود هذه القنوات يعد دليلاً على أهميتها في لعب أدوار محددة ولتحقيق أهداف وأيديولوجيات الدول الداعمة لها مما يدفع بوجود دراسات حولها.

- أهمية دراسة المادة الإخبارية التي تقدمها النشرات الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة باللغة العربية والتي تعد مضموناً إعلامياً على درجة عالية من الأهمية على الخريطة البرمجية للقنوات الإخبارية

- أهمية الدراسة الميدانية في كونها تهتم بتقييم أداء القنوات الإخبارية الناطقة باللغة العربية من طرف نخبة متخصصة، ولديها القدرة أكثر من غيرها على تقديم رؤية موضوعية بشأن التزام هذه القنوات بالقواعد المهنية في تغطيتها الإعلامية، وهم الصحفيون والأساتذة المتخصصون في الإعلام والاتصال.

7- الإجراءات المنهجية للدراسة:

يمكن إجمال الإجراءات المنهجية للدراسة وفقاً لما تتطلبه هذه الدراسة بشقيها التحليلي والميداني في:

1.7- نوعية الدراسة

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية التحليلية ويختلف الكثير من الباحثين حول تسمية هذه الدراسات فمنهم من يسميها منهج وصفي تحليلي ومنهم من يسميها دراسة وصفية تحليلية إلا أنه عادة يكون المقصود واحد.

ويشير بعض الباحثين إلى أن هذا النوع من الدراسات يهتم بجمع وتلخيص وتصنيف المعلومات والحقائق المدروسة المرتبطة بسلوك عينة من الناس أو وضعيتهم أو عدد من الأشياء أو سلسلة من الأحداث أو منظومة فكرية أو أي نوع آخر من الظواهر أو القضايا أو المشاكل التي يرغب الباحث في دراستها لغرض تحليلها وتفسيرها وتقييم طبيعتها للتنبؤ بها وضبطها أو التحكم فيها⁽¹⁾.

كما تعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تستهدف دراسة الحقائق المتعلقة بظاهرة ما أو موقف بهدف الوصول إلى بيانات عن هذه الظاهرة كي تستهدف دراسة العلاقة بين المتغيرات الموجودة في الظاهرة يتبنى اتجاهات معينة نحو شيء ما⁽²⁾.

2.7- منهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف ومجموعة من الأوضاع والأحداث⁽³⁾

وتعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الإعلامي وهو يستهدف تسجيل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع المعلومات اللازمة والكافية عنها عن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها، وينقسم المنهج المسحي إلى شقين هما. الشق الوصفي الذي يحاول وصف الظاهرة محل الدراسة فيما يعرف في البحوث الوصفية والثاني هو الشق التحليلي الذي يحاول شرح وتحليل الظاهرة محل الدراسة، وأسبابها فيما يعرف بالبحوث التحليلية⁽⁴⁾.

(1) - موسى بن ابراهيم حريزي. صبرية غربي، دراسة نقدية لبعض المناهج الوصفية وموضوعاتها في البحوث الاجتماعية والتربوية والفنية.

مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، ال عدد13 ديسمبر2013، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، ص 26.

(2) -سمير حسين، بحوث الاعلام، عالم الكتب، ط3، القاهرة، 1993 ص98.

(3) -محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، دار الشروق، جدة، 1990، ص 290.

(4) -محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الكتب ط1، القاهرة، 1992، ص93.

استخدمت الباحثة منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والميداني، باعتباره نموذجاً معيارياً لخطوات جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة محل الدراسة، وفي إطار منهج المسح الإعلامي استخدمت الباحثة أسلوب تحليل المحتوى.

"إن دراسات تحليل المحتوى تدخل ضمن الدراسات المسحية التي تقوم على وصف وتحليل ما تنشره وسائل الإعلام من مواد إعلامية قصد التعرف على ما تضمنته من معلومات مختلفة هنا بدأت هذه الأداة تحت وجودها في البحوث الوصفية حيث لم تقتصر على الوصف الكمي فقط وإنما امتدت إلى الوصف الكيفي عن المعاني والدلالات الكامنة التي تتضمنها المواد الإعلامية".⁽¹⁾

استخدمت الباحثة أسلوب تحليل المضمون ضمن منهج المسح الإعلامي بقصد تحليلها وتفسيرها، وتحديد ما تتضمنه من معلومات وما يتترب على ذلك من تأثيرات إعلامية وفق الخطوات العلمية المتبعة في هذا المجال⁽²⁾.

وهذا للكشف عن المؤشرات التي من خلالها نستطيع قياس وجود القواعد المهنية في التغطية الإعلامية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية محل الدراسة من خلال تحليل مضمون عينة من نشراتها الإخبارية.

كما استخدمت الباحثة أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام ويفيد في التعرف على الخصائص الأساسية للمبحوثين حتى تتمكن الوسيلة من تقديم المادة الإعلامية التي تتناسب معهم⁽³⁾.

وتركز الباحثة ضمن هذا الأسلوب على فئة مختصة من جمهور وسائل الإعلام، وتمثل هذه الفئة في الصحفيين والأساتذة الجامعيين للتعرف على آراءهم، وعرض تقييمهم حول التزام القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية محل الدراسة بالقواعد المهنية في تغطيتها الإعلامية.

كما استخدمت الباحثة أسلوب المقارنة المنهجية كأداة من أدوات الاستقراء، كون الدراسة الحالية تعتمد في بعض جوانبها سواء التحليلي والميداني على المقارنة بين القنوات محل الدراسة من جهة، والمقارنة بين

(1) - أحمد بن مرسي، الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال، دار الورسم للنشر والتوزيع، ط1، 2003، ص101.

(2) - سمير حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي في بحوث الاعلام، عالم الكتب، ط2 القاهرة، القاهرة 2003، ص 153.

(3) - المرجع نفسه ص155

الصحفيين والأساتذة الجامعيين في تقييمهم مدى التزام وتطبيق القنوات محل الدراسة بالقواعد المهنية في تغطيتها الإخبارية من جهة أخرى، بهدف عمل مقارنات كمية وكيفية، ومعرفة أوجه الاتفاق والتباين، وذلك للإجابة على بعض تساؤلات وفرضيات الدراسة.

ولقد أوضح الباحث محمد عبد الحميد بأنه من الخطأ القول باستخدام المنهج المقارن في إجراء المقارنة باعتبارها مطلبا منهجيا للاستقراء نتائج التحليل أو نتائج المسح الميداني بقوله "الخلط القائم في مجال دراسات الإعلام بين المقارنة المنهجية باعتبارها مطلبا أساسيا في تطبيقات العديد من المناهج المختلفة، وبين الدراسات المقارنة التي تطبق المنهج المقارن، والتي تهتم بدراسة توزيع الظواهر الاجتماعية في المجتمعات المختلفة، أو مقارنة النظم الاجتماعية من حيث استمرارها وتطورها والتغير الذي يطرا عليها، وهنا يكون تطبيق المنهج المقارن ضرورة لا بد منها، أم الدراسات الإعلامية التي تعتمد أسلوب المقارنة بين نتائج تحليل المضمون، أو مقارنة السلوك الاتصالي في الدراسات الميدانية، في هذه الحالة من الخطأ استخدام المنهج المقارن لأن الأمر لم يزد عن إجراء المقارنة باعتبارها مطلبا منهجيا لاستقراء نتائج التحليل، أو نتائج المسح الميداني" (1).

3.7- أدوات جمع البيانات

إن أدوات البحث العلمي هي تلك الرسائل التي يستخدمها الباحث لجمع المعلومات والبيانات المستهدفة في البحث ضمن استخدامه لمنهج معين حيث يرى ذوقان عبيدات وعبد الرحمن عدس ومكايد عبد الحق بأن هذه الأدوات تتمثل في العينة الاستبيان والملاحظة أسلوب تحليل المحتوى أما الباحث موريس أنجرس فحدد أدوات البحث كما يلي الملاحظة المقابلة الاستبيان تحليل المضمون (2) ومن هنا استخدمت الباحثة الأدوات المنهجية التي تتطلبها أهداف الدراسة وهي أسلوب تحليل المحتوى والاستبيان والملاحظة والملاحظة.

(1) - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2000، ص ص 178-179.

(2) - أحمد بن مرسي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1 الجزائر، 2003، ص 202.

أولاً: مجتمع الدراسة التحليلية وعينتها:

إن مجتمع البحث هو جميع الأفراد أو الأشخاص الذين يكونون موضوع مشكلة البحث⁽¹⁾. كما يعرف على "أنه جميع المفردات التي لها صفة أو صفات مشتركة وجميع هذه المفردات خاصة للدراسة خاضعة للدراسة أو البحث من قبل الباحث"⁽²⁾.

وفي هذه الدراسة لدينا مجتمع البحث الخاص بالدراسة التحليلية وهو القنوات التلفزيونية الإخبارية الأجنبية الناطقة باللغة العربية من خلال نشراتها الإخبارية الرئيسية.

1. عينة الدراسة التحليلية:

ويعرف موريس أنجرس العينة على أنها. "مجموعة الأفراد الذين يمثلون جزء من مجتمع البحث الذي سنجمع من خلاله المعطيات حيث تسمح لنا هذه العينة بالحصول على المعطيات والوصول إلى التقديرات التي يمكن تعميمها على مجتمع البحث، إن المعاينة هي مجموعة من العمليات تسمح بإتقان مجموعة فرعية من مجتمع البحث بهدف تكوين عينة وهي الخطوات والمراحل المتبعة لاختيار العينة من مجتمع البحث الأصلي"⁽³⁾.

ولقد اعتمدت الباحثة في الدراسة التحليلية على إحدى أنواع العينات وهي العينة القصدية، وقبل تحديد هذه العينة يجدر بنا أن نحدد مفهوم العينة القصدية، حيث يعرف الدكتور سهيل رزق ذياب العينة القصدية فيقول. "في العينة القصدية يقوم الباحث باختيار هذه العينة على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها أي أنه يختار العينة اختياراً حراً وفق حاجته وبحسب اعتقاده ورأيه الشخصي أن هذه العينة تمثل المجتمع وتحقق غرض دراسته"⁽⁴⁾.

(1) - أدوقان عبيدات عبد الرحمن عدس، البحث العلمي مفهومه أساليبه أدواته، دار محلاوي للنشر والتوزيع، دط، عمان، دس، ص150.

(2) - دلال القاضي محمود البياتي، منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام SPSS، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان ط1، 2008 ص148.

(3) - موريس أنجرس، منهجية البحث الانسانية، كريمة بوزيدي صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر والتوزيع، ط2، 2004، ص301.

(4) - سهيل رزق ذياب، مناهج البحث العلمي، دط، 2003، ص99.

"وهي التي يختارها الباحث بطريقة عمدية لأن أفراد عينة البحث لا يتم اختيارهم عشوائي وإنما بشكل عمدي قصدي وموجه" (1).

حيث لجأت الباحثة إلى اختيار قناتين من القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية الموجهة إلى الجمهور العربي وكلاهما متخصصتين في الجانب الإخباري، وتعتبران من القنوات ذات مشاهدة عالية لدى جماهير الوطن العربي مقارنة مع باقي القنوات الأجنبية الإخبارية الناطقة بالعربية خاصة في وقت الحروب والازمات.

ولقد امتدت العينة لمدة شهرين ثم خلالها تسجيل النشرات الإخبارية الرئيسية خلال الفترة الممتدة ما بين 1- 06- 2021 إلى 14- 06- 2021، وبلغت عدد النشرات 88 نشرة إخبارية 44 نشرة لكل قناة، وهناك نشرات لقناة BBC لم تستطع الباحثة الحصول عليها فكان لزاما حذف نشرات قناة FRANCE24 للأيام نفسها.

أما توقيت بث النشرات الإخبارية في القناتين فهي نشرة أخبار التاسعة الرئيسية بالنسبة لقناة BBC العاشرة بتوقيت الجزائر، ونشرة أخبار الثامنة الرئيسية بالنسبة لقناة FRANCE24 السابعة بتوقيت الجزائر، وهذا لأنه يفترض أن تكون النشرتان شاملتين لأحداث اليوم.

أما أسباب اختيار العينة الزمنية للدراسة التحليلية

-زيادة الاحتقان في العديد من مناطق الصراع في الوطن العربي، وفي العالم، كالأزمة السورية، والحرب في اليمن والأزمة في ليبيا، والقضية الفلسطينية، والأزمة في السودان وغيرها.

- حراك الجزائر وسقوط نظام بوتفليقة، والانتخابات الرئاسية في الجزائر.

- سياسة الرئيس الأمريكي ترامب في المنطقة العربية، وتطورات القضية الفلسطينية، والأزمة السعودية القطرية.

(1) -نبيل احمد الهادي، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار الأهلية للنشر والتوزيع، ط1 بيروت، 2006، ص264.

2- تحديد وحدات التحليل

هي وحدات المحتوى التي إخضاعها للعد والقياس بسهولة ويعطي وجودها أو تكرارها أو إبرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج الكمية⁽¹⁾.

لا يمكن فصل وحدات التحليل عن خطوة تحديد الفئات باعتبارها الوحدة الأصغر حجما والتي تؤسس لوجود فئات من خلال قاعدة الجزء يكون الكل حيث تصنف وحدات التحليل عموما إلى وحدات التسجيل بوحدات العد والقياس كونها قابلة لعملية العد والقياس وفق عامل التكرار أي تكرارها في المضمون قيد الدراسة وكذا وحدات السياق التي ترتبط بدلالة المعنى في سياق النص.

ويذهب الخبراء والباحثين إلى أن هناك وحدات رئيسية في تحليل المضمون، والتي يتم استخدامها في معظم دراسات تحليل المحتوى.

وعلى هذا الأساس تم اختيارنا لمجموعة من وحدات العد والقياس، وسياقها حسب طبيعة كل فئة وهي:

أ-وحدة الكلمة: تعتبر أصغر وحدة من وحدات التحليل، وقد تكون الكلمة معبرة عن معنى أو مفهوم معين أو تكون معبرة عن رمز معين أو مدلول ما أو شخصية معينة أو تكون لعل دلالة معنوية أو فكرية أو اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية، وتكمن صعوبة تحليل الكلمات في حالة تعبيرها عن رمز أو مدلول أو مفهوم معين حيث يختلف معنى هذا الرمز أو المدلول بين المحررين والكتاب والباحثين اختلافا كبيرا يصعب معه الوصول إلى معنى موحد يتم التصنيف والتحليل على أساسه⁽²⁾.

ب-وحدة الموضوع أو الفكرة: وتعد هذه الوحدة أهم وحدات تحليل المحتوى وأكبرها، وقد تكون الفكرة جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل، وقد يكون الموضوع جملة بسيطة أو فكرة تدور حول قضية محددة سياسية كانت أو اجتماعية أو غيرها⁽³⁾.

ويذهب الباحث بيرلسون إلى أنه بالإمكان تقسيم الفكرة إلى مجموعة العناصر التالية:

(1) -محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار الهلال، بيروت، دت، ص148.

(2) -فيصل سالم وتوفيق فرح، مقدمة في البحث في العلوم الاجتماعية، مجموعة البحوث الشرق الأوسط، دب، 1999، ص73.

(3) -وائل عبد الله و ريم احمد عبد العليم، تحليل محتوى المنهج في العلوم الإنسانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان،

2012، ص165.

- الموضوع الذي تركز عليه الفكرة.

- الجوانب التي تتناولها الفكرة.

- القيم المتضمنة للفكرة.

- الطريقة أو الأسلوب المتبع في عرض الفكرة.

ج -وحدة الشخصية: حيث تصبح الشخصيات من الوحدات التي يركز عليها التحليل حيث يقوم الباحث بحصر عدد من الشخصيات بدلا من المفاهيم والكلمات ووضعها في الفئات المناسبة، ولقد استعانت بها الباحثة من أجل الكشف عن الشخصيات الفاعلة في التغطية الإعلامية للقنوات محل الدراسة.

د-الوحدة القياسية الزمنية: وهي أداة الحصر الكمي والزمني للمحتوى، ويلجأ إليها الباحث للتعرف على المساحة الزمنية التي تشغلها المادة الإعلامية، وهي وحدة الدقيقة والثانية، واستعانت بها الباحثة للكشف عن المدة الزمنية للمواد الإعلامية في التغطية الإخبارية للقنوات محل الدراسة.

3- تصميم استمارة تحليل المضمون:

استخدمت الباحثة في دراستها التحليلية أداة تحليل المضمون من خلال استخدام استمارة تحليل المضمون.

وتعرف استمارة التحليل على " أنها عبارة عن مجموعة من التصنيفات أو الفصائل يقوم الباحث بإعدادها طبقا لنوعية المضمون ومحتواه لكي يستخدمها في وصف هذا المضمون وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الموضوعية والشمول، وبما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب سهل وميسور.

. وتوفر الاستمارة إطارا محددا لتسجيل المعلومات التي تبقي متطلبات البحث، وتعتبر كميا عن رموز الوثيقة الواحدة التي تشمل فئات التصنيف ووحدات التحليل ووحدات القياس بالإضافة إلى البيانات عن وثيقة المحتوى" (1).

(1) -محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، مرجع سابق، ص 154.

أعدت الباحثة استمارة تحليل المضمون لجمع المعلومات المطلوبة، وقامت بتحديد الفئات وتعريفها إجرائيا مستفيدة من الإطار النظري والدراسات السابقة، وعرضها على عدد من الأساتذة لتحكيمها والتأكد من سلامتها وقدرتها على جمع المعلومات المطلوبة ثم تجربتها للتأكد من مناسبتها لجمع مادة الدراسة، وقد اشتملت استمارة التحليل على مجموعة من فئات التحليل

ولكن قبل عرضها نورد تعريفا لفئات التحليل حيث تعرف أنها. "التصنيفات التي يضعها الباحث استنادا إلى طبيعة الموضوع، ومشكلة البحث كوسيلة يعتمد عليها في حساب تكرارات المعاني، وكلما كانت الفئات محدودة بصورة واضحة كلما كانت نتائج البحث أيضا واضحة ومحددة"⁽¹⁾.

وتنقسم فئات تحليل المضمون في هذه الدراسة إلى:

3-1- فئات الشكل: وهي فئات تهتم بالأنماط والقوالب الشكلية التي قدمت من خلالها المادة

الإعلامية، وهي الفئات التي تجيب عن السؤال كيف قيل؟ وتنقسم إلى:

أ- فئة عدد النشرات: يقصد بها عدد النشرات المجموعة في الفترة الزمنية من كلا القناتين محل الدراسة

ب- فئة عدد الأخبار: ويقصد بها عدد الأخبار في كل نشرة إخبارية

ج- فئة المدة الزمنية: يقصد بها المدة التي يستغرقها عرض الخبر في النشرة الإخبارية.

د- فئة طول الخبر: يقصد بها قصير - متوسط - طويل.

هـ- فئة شكل تقديم الأخبار: يقصد به الشكل الفني لتقديم الخبر في النشرة، وهي مذيع فقط، مذيع واتصال مباشر مذيع ومادة فلمية، تقرير من داخل الاستوديو، مذيع زائد مادة فلمية زائد رسائل مراسلين، مذيع وضيف وبث مباشر، حوار بين المذيع والمراسل، يجمع أكثر من أسلوب.

و- فئة عناصر الإبراز: هي المواد التقنية التي استخدمت لتأكيد على أهمية الخبر وزيادة فعاليته وهي: صور حية، صورة ثابتة، شخصية أو رسوم وخرائط، جرافيك. عناوين مكتوبة، مقاطع صوتية.

ز- فئة القوالب والأشكال: وتعني فئة الأشكال الصحفية للمادة الإعلامية وتستخدم لتفريق بين الأشكال المختلفة المستخدمة في عرض المادة الإعلامية، وهي تقرير أخباري، خبر بسيط، تعليق، تحليل، رورتاج، قصة خبرية، حوار.

(1) - السيد عمر، البحث العلمي مفهومه إجراءاته ومناهجه، بنغازي منشورات، ط1، جامعة قارون، 1994، ص238.

3-2- فئات الموضوع: وهي الفئات التي تجيب عن السؤال ماذا قيل؟ أي تحليل المضمون المستتر للمادة الإعلامية، وهي الفئة الأكثر استخداما في دراسات تحليل المضمون، واستخدمتها الباحثة في تحديد الموضوعات، والقضايا التي تناولتها القنوات الإخبارية محل الدراسة في تغطيتها الإعلامية وقد اعتمدنا في دراستنا فئات الموضوع الآتية.

أ- فئة قاعدة الدقة: يقصد بها تفادي الأخطاء بأنواعها المعلوماتية والمفاهيمية واللغوية وغيرها ووضعنا لها مؤشرات.

● فئة دقة المعلومة ولها المؤشرات الآتية:

- ذكر مصدر المعلومة.
- خلط المعلومة بالتحليلات والتكهنات.
- ذكر المعلومة من مصدر مجهول.
- الاعتماد على مصادر موثوقة.
- حذف جزء من المعلومة.
- الدقة في الاسماء والأرقام.

وضمن فئة دقة المعلومة تضاف إليها الفئات الآتية:

- فئة المصادر: المقصود بها الجهات الرسمية وغير الرسمية التي تلقت منها القنوات المعلومات المذاعة في النشرات.
- فئة تعدد المصادر: يقصد بها وجود أكثر من مصدر في التغطية الإخبارية للحدث.
- فئة المعلومات التي قدمتها المصادر: يقصد بها الوقائع والأحداث والتصريحات والبيانات والتعليقات والتحليلات.
- فئة كيفية عرض المعلومات: يقصد بها ما إذا كانت المعلومات المقدمة غطت كل جوانب الحدث أم لا.

● دقة الصورة ولها المؤشرات الآتية:

- ذكر مصدر الصورة.
- الحرص على الصوت الطبيعي.
- اقحام المؤثرات البصرية والصوتية.
- تعبير الصورة عن الخبر.

● دقة اللغة ولها المؤشرات الآتية:

- الدقة في الترجمة.
- فصل المعلومة عن الرأي.
- استعمال المفردات الصحيحة.
- الابتعاد عن الكلمات الفضفاضة.
- تجنب النعوت.

ب- فئة قاعدة التوازن: يقصد بها أن يعكس المحتوى وجهات نظر، ومعلومات كافة الأطراف بتساو

ووضعنا لها مؤشرات.

- التوازن في عرض القضايا.
- إعطاء مساحات متساوية لمختلف الأطراف.
- التنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر.
- التوازن في استخدام اللغة بعيدا عن المبالغة.

ج - فئة قاعدة الشمولية والتكامل: يقصد بها أن تكون المادة الإخبارية شاملة ومكتملة وغير مجزئة أو

إنتقائية. ووضعتنا لها مؤشرات

- الاحاطة الكاملة بالموضوع.
- الإجابة عن الشقيقات الست.
- الاتساق مع السياق.
- استخدام الخلفيات لغرض التعريف واستكمال المادة الإخبارية.

د- فئة قاعدة الوضوح: يقصد بها الوضوح في العرض الذي يؤدي إلى فهم المحتوى من المختصين وعامة الجمهور، والابتعاد عن التعقيد والعبارات التي تحتمل تفسيرات متعددة. ووضعنا لها مؤشرات.

المحتوى محدد وواضح ذكر الحقائق والأحداث والأشخاص.

- الإشارة إلى الأحداث التي لم يتحقق منها.

- يشار إلى تاريخ المحتوى الارشيفي.

- المحتوى يشير إلى كيفية الحصول على المعلومة، وإن تحفظ عن ذكر المصدر.

- الإشارة بوضوح إلى تاريخ ومصدر الصورة والفيديوهات.

- الابتعاد عن المفاهيم، والعبارات التي تحمل تعبيرات متعددة.

ه- فئة قاعدة الحياد وعدم التحيز: يقصد به الميل الذاتي والمحابة في التغطية الإخبارية أو الرؤية

أحادية الجانب القائمة على المصالح. ووضعنا لها مؤشرات.

- المحابة في التغطية أو الرؤية أحادية الزاوية.

- الانتقائية والحذف الإخباري.

- تغييب الحقائق لخدمة وجهة نظر معينة.

- استخدام عناصر الإبراز بتحيز.

- عدم تناسب أهمية المادة مع مكانها وحجمها، ومع استخدام العناوين والصور والجرافيك.

وتندرج ضمن فئة الحياد وعدم التحيز الفئات الآتية:

- فئة القضايا المطروحة في التغطية: المقصود بها المواضيع والأحداث ذات الأهمية التي تبثها قناتي BBC

وFRANCE24 خلال نشراتها الإخبارية خلال الفترة الزمنية من 1 نوفمبر إلى 31 ديسمبر

2019.

- فئة النطاق الجغرافي: المقصود بها المناطق التي هي محور الأحداث الدائرة التي تبثها النشرات الإخبارية

للقنوات محل الدراسة.

- فئة اتجاه التغطية: نختار هذه الفئة عادة لمعرفة الاتجاه الذي يأخذه المحتوى محل التحليل، والذي يمكن أن يكون مؤيدا أو معارضا أو محايدا.

- فئة الشخصيات المحورية: المقصود بها الأفراد الفاعلين في الأحداث التي بثت في النشرات الإخبارية.

- فئة سمات الشخصية: يقصد بها ما إذا الشخصيات الفاعلة سلبية أو إيجابية أو محايدة.

- فئة القيم الإخبارية: تشير هذه الفئة إلى العوامل التي على أساسها تم بث وتغطية الخبر، وتستخدم لمعرفة أهم القيم الإخبارية التي ركزت عليها القنوات الإخبارية محل الدراسة في تغطيتها الإخبارية.

- فئة الأطر الإخبارية: تشير إلى الطريقة التي تنظم وتقدم بها القنوات الإخبارية محل الدراسة، وحراس البوابة الإعلامية القضايا، والأحداث في تغطيتها الإعلامية من خلال سياقات ومفردات معينة لوصف الحدث.

و- فئة الأنصاف والنزاهة: يقصد بها نقل ما حدث ويقال كما حدث وكما قيل بأعلى درجات الأمانة وباستخدام التعبيرات التي قيلت وبدون أي أحكام. ووضعت لها مؤشرات.

- الأمانة في نقل الحدث.

- الابتعاد عن تغيير ما قاله المصدر.

- عدم نشر اتهامات دون أدلة واضحة.

- عدم إطلاق الأوصاف والأدوار التي قد تنم عن توجهات محددة سلفا.

- الابتعاد عن السب والجرح وإلحاق الضرر بالأشخاص المعنيين في الأخبار.

ثانيا: مجتمع الدراسة الميدانية وعينتها

مجتمع الدراسة الميدانية يتمثل في فئة متخصصة نوعية لها دراية بالعمل الإخباري وقواعده، وهي فئة الصحفيون في المؤسسات الإعلامية، وفئة الأساتذة الجامعيين من قسم الإعلام والاتصال لتقييم مدى التزام القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية بالقواعد المهنية في تغطيتها الإخبارية.

إن مجتمع البحث الخاص بالدراسة الميدانية متمثل في عينة متخصصة، وهم صحفيون من مؤسسات إعلامية، وكذا أكاديميون وأساتذة جامعيين من مختلف الجامعات الجزائرية من قسم الإعلام

والاتصال، لتقييم مدى التزام القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية محل الدراسة بالقواعد المهنية في تغطيتها، وهي عينة نخوية تتسم بالوعي كونها أكثر انفتاحا على مصادر المعلومات والمعرفة بسبب طبيعة عملها، والذي يفرض عليهم متابعة الأحداث بشكل دائم، ويفترض ان تكون من اكثر الفئات المهنية اهتماما من غيرها بهذا الموضوع، وبالتالي تستطيع ان تصدر بحكم الخبرة الوظيفية أحكاما موضوعية بشأن تقييم التغطية الإخبارية في القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية.

1. عينة الدراسة الميدانية: تنقسم عينة الدراسة الميدانية إلى:

أ-العينة الأولى: الخاصة بالصحفيين تتكون من 30 مفردة من مختلف المؤسسات الإعلامية تم اختيارها عن طريق عينة قصدية، لأن الباحثة ترى أنها بإمكانها بكفاءة الإجابة على استمارة الاستبيان المعدة لهذا الغرض حيث يعرف الباحث رشدي طعيمة العينة القصدية بقوله. "العينة القصدية هي العينة التي يختارها الباحث عن قصد وتحديد مسبق في ضوء أهداف بحثه" ⁽¹⁾، ووصف العينة بالتفصيل في الإطار التطبيقي

ب-العينة الثانية: الخاصة بالأساتذة الجامعيين كذلك بلغت 30 مفردة من مختلف المؤسسات الجامعية عبر الوطن من قسم الإعلام والاتصال، ووصف العينة بالتفصيل في الإطار التطبيقي.

2. حدود الدراسة الميدانية

أ-الحدود البشرية: وتشمل العينة 30 مفردة من الصحفيين، و30 مفردة من عينة الأساتذة الجامعيين.

ب-الحدود المكانية: صحفيون من ثلاث مؤسسات إعلامية جزائرية، وأكاديميون من عدة جامعات جزائرية قسم الإعلام والاتصال.

ج -الحدود الزمانية: طبقت هذه الدراسة ميدانيا بالنسبة للصحافيين والأساتذة الجامعيين من شهر 09-2022 إلى شهر 09-2023.

⁽¹⁾ -رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الانسانية مفهومه اسسه استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة 2004، ص142.

3. تصميم استمارة الاستبيان

"هي إحدى الأساليب التي تستخدم في جمع بيانات أولية من العينة المختارة أو جميع مفردات مجتمع البحث عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة المعدة مقدما وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر الباحثين واتجاهاتهم أو الدوافع والعوامل والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة"⁽¹⁾.

واستخدمت الباحثة هذا الأسلوب للكشف عن آراء المتخصصين في مجال الإعلام والاتصال، وهم الصحفيون والأساتذة الجامعون وتقييمهم لتغطية الإخبارية في هذه القنوات محل الدراسة، وقد تم تقسيم أداة الدراسة الميدانية إلى محاور على النحو الآتي..

المحور الأول: المعلومات الشخصية.

المحور الثاني: متابعة أفراد العينة للنشرات الإخبارية في القنوات محل الدراسة.

المحور الثالث: اعتماد أفراد العينة على النشرات الإخبارية للقنوات محل الدراسة.

المحور الرابع: تقييم أفراد العينة لمدى التزام القناة محل الدراسة بالقواعد المهنية في تغطيتها الإعلامية.

وقد شملت الاستمارة نوعين من الأسئلة:

أ-الأسئلة المغلقة. تعتبر الأكثر شيوعا وتعتمد هذه الأسئلة على مجموعة من الإجابات المحددة مسبقا التي تعتبر البدائل أو الخيارات التي يختار منها الباحث ما يتفق مع ما يرمي إليه أو يستهدفه بالإجابة.

ب-الأسئلة المفتوحة. وهي التي يترك للمبحوث حرية الإجابة عليها بالطريقة أو الأسلوب الذي يراه دون إجباره على اختيار إجابة محددة مسبقا وهي قليلة في هذه الاستمارة لأن الإجابات المحددة تتماشى مع أهداف الدراسة.

وقد اتبعت الباحثة الخطوات الآتية في إعداد استمارة الاستبيان:

-عرض الاستمارة في صورتها الأولية.

(1) -سمير حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي في بحوث الاعلام، مرجع سابق، ص206.

-عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين حيث جمع الآراء والاقتراحات واختيار ما أجمع عليه المحكمين وتم ترتيب استمارة الاستبيان بناءً على ذلك.

-تم تحديد أفراد عينة الدراسة صحفيين من مؤسسات إعلامية مختلفة وأساتذة جامعيين من مؤسسات جامعية

-توزيع استمارة الاستبيان على جميع أفراد العينة. يدويا والكوترونيا

والمراحل موضحة بشكل تفصيلي في الإطار التطبيقي الخاص بالدراسة الميدانية

ثالثا: أداة المقابلة

تعرف المقابلة "بأنها أسلوب يعتمد على الاتصال اللفظي مع المبحوثين على المعلومات والبيانات في فترة هذا الاتصال"⁽¹⁾.

ولقد استخدمت الباحثة المقابلة للحصول على بعض المعلومات ومناقشتها وتفسير بعض النتائج التي تم التوصل إليها خلال هذه الدراسة.

رابعا: أداة الملاحظة

"يشير لفظ الملاحظة لغويا إلى النظر إلى الشيء الملاحظ بمؤخر العينين دلالة على التدقيق فهي تعني الملاحظة المباشرة للشيء على النحو الذي هو عليه ويقال كذلك لاحظته أي رآه"⁽²⁾.

"وتعتبر الملاحظة من أهم الأدوات المستخدمة في الدراسات الوصفية وتكمن أهمية تلك الأداة في جمع البيانات المتعلقة في كثير من أنماط السلوك التي لا يمكن دراستها إلا بواسطة تلك الأداة كما أن الملاحظة يمكن استخدامها في بحث وصفي"⁽³⁾.

في هذه الدراسة اعتمدت الباحثة على الملاحظة بغير المشاركة والتي تعني. "الملاحظة التي يكتفي فيها الباحث بمراقبة المجتمع محل الدراسة دون مشاركة أعضائه حياتهم الخاصة"⁽⁴⁾.

(1) -محمد عبد الحميد، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت، مكتبة المدينة ط1، القاهرة، 2010 ص119.

(2) -حسن عبد الحميد، اصول البحث العلمي، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، 2006، ص136.

(3) -نبيل احمد عبد الهادي، منهجية البحث في العلوم الانسانية الأهلية للنشر والتوزيع، لبنان 2007، ص112.

(4) -احمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص205

ولقد تم توظيف هذه الأداة من خلال المتابعة لمختلف النشرات الإخبارية في القنوات (BBC وFrance24) والتي يبلغ عددها 88 نشرة إخبارية بكل تفاصيلها الصغيرة والكبيرة.

8- تحديد مفاهيم الدراسة:

إن تحديد المفاهيم التي تحويها الدراسة وتعريفها تعتبر خطوة مهمة في البحث العلمي وتعد اللبنة الأساسية في بنائه والمنظار الذي ننظر من خلاله إلى متغيرات الدراسة، وهذا ما يجعل مؤشرات الدراسة واضحة خاصة عندما نحاول إسقاط تلك المفاهيم على جميع متغيرات وبيانات، وأهداف الدراسة، وبه يستطيع كل من أراد التطلع على البحث أن يفهم مراد الباحث والمسار الذي يسير عليه. وعلى هذا الأساس استخدمنا المفاهيم التي تعكس متغيرات الدراسة، وطبيعتها باعتبارها مفاتيح التي يمكن من خلالها فهم الظاهرة من خلال عملية تحديد المفهوم النظري أو الاصطلاحي والإجرائي لمفاهيم الدراسة وهي كالآتي:

1.8- التغطية الإخبارية:

إن مصطلح التغطية الإخبارية مكون من كلمتين هي التغطية والأخبار.

أ- تعريف التغطية: في اللغة حيث أطلق القاموس المحيط، ولسان العرب، والصحاح من اللغة أن الفعل غَطَى والاسم غِطاء وتَغْطِية بأن هذه الكلمات تُعْطِي معنى الْيَسْتَر. غَطَا الشيء غَطْوًا وَغَطَّاه تَغْطِيةً، وَأَغْطَاه وَارَاه وَسَتَرَهُ... والغِطاء ما تَغْطِي به أو غَطَى به غيره ⁽¹⁾ حتى الكفر فُسِّر بالتغطية، وأصل الكفر تغطية الشيء تَغْطِيةً، تستهلكه كله، وكل ما غَطَى شيئاً فقد كفره، والكُفر ذو كفر أي ذو تَغْطِية لقلبه بكُفره ⁽²⁾.

وفي الاصطلاح يقول الباحث محمد عبد الجبار الشوط "أنه لم نجد في اللغة العربية ما يعطي المعنى الذي يقصده الإعلاميين من عبارة التغطية الإعلامية أو ما يشابهها...، حيث نقول في عالم الإعلام "غطى الحدث" ونحن نقصد كتب عن الحدث أو صورته أو أذاع خبره، ونشره في أية وسيلة

⁽¹⁾ - ابن منصور، لسان العرب، طبعة مصورة عن طبعة بولاق، مصر، ص 4230، 5024.

⁽²⁾ - المرجع نفسه. ص 4230، 5024.

إعلامية من أجل اشهار الحدث وجعله معلوما عند الناس".⁽¹⁾

ب-تعريف الأخبار: في اللغة الأخبار وأخبار جمع خبر: تعني ما ينقل ويتحدث به، كان في خبر كان "أي صار من الأمور الماضية، ولم يعد له وجود، سألته عن أخباره واستعلم عن أحواله"⁽²⁾.

والخبر هو لفظ مجرد من العوامل اللفظية مستندا إلى ما تقدمه لفظا وقيل الخبر ما يصح السكوت عنه وهو الكلام المحتمل الصدق أو الكذب⁽³⁾.

والخبر لغة ما يُنقل ويُحدث به قولا أو كتابة، وخبرت بالأمر أي علمته، وخبرت الأمر أخبرته إذا عرفت على حقيقته، والخبر جمعه أخبار وهو ما أتاك من نبأ عمن تستخير، فالخبر في اللغة هو العلم بالأمر ومعرفته على حقيقته، والخبر بالأمر أي العالم به.

وفي الاصطلاح فمفهوم الخبر على هذا النحو يعني المعلومات عن أحوال جرت ويهمن معرفتها فنستخير عنها⁽⁴⁾. وتعتبر كلمة "أخبار" عن مواد سيتم نشرها من خلال المرسل لتشكيل معلومات بالنسبة للمستقبل⁽⁵⁾.

ج-تعريف التغطية الإخبارية: يعطي الباحث محمد سلمان الحتو تعريفا للتغطية الإخبارية بأن "التغطية الإخبارية هي العملية التي يقوم المحرر الصحفي بالحصول على المعلومات عن التفاصيل والتطورات والجوانب المختلفة لحدث أو واقعة أو تصريح ما. أنها الإجابة عن كل الاسئلة التي قد تتبادر إلى ذهن القارئ بشأن هذه الواقعة أو الحدث أو التصريح أو تقييم لهذه المعلومات ثم كتابتها بأسلوب صحفي مناسب⁽⁶⁾".

(1) - محمد عبد الجبار الشوط، التغطية الإعلامية، موقع جريدة الصناع 2011/5/30.

(2) - المعجم الأبجدي، دار الشروق، ط2، بيروت، ص398.

(3) - الشريف علي بن محمد الجرجاني، كتاب التعريفات، دار الكتب العلمية، بيروت، ص93.

(4) - محمد جمال الغار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع ودار المشرف الثقافي، عمان-الأردن، 2006، ص156.

(5) - محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، الفجر للنشر والتوزيع، ج3، 2003، ص1085.

(6) - محمد سلمان الحتو، مناهج كتابة الاخبار الإعلامية وتحريرها، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط1، الاردن عمان، 2012 ص189.

ويقصد أيضا بالتغطية الإخبارية "عملية الحصول على البيانات والتفاصيل لحدث معين والمعلومات المتعلقة به والاحاطة بأسبابه ومكان وقوعه وأسماء المشاركين فيه وكيف وقع وغير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث مالكا للمقومات والعناصر التي تجعله صالحا للنشر" (1).

وفي إطار مفهوم التغطية الإخبارية بوصفها تشتمل على جمع المادة الإخبارية وتقويمها وتحريرها ومراجعتها تعطي الباحثة تعريفا اجرائيا.

د-التعريف الاجرائي: التغطية الإخبارية هي عملية تتضمن مجموعة من الخطوات التي يقوم من خلالها الصحفي الإعلامي بالبحث عن بيانات ومعلومات عن التفاصيل والتطورات والجوانب المختلفة لحدث أو واقعة أو تصريح، وهي تشمل جمع المادة الإخبارية وتقويمها وتحريرها ومراجعتها ضمن مسارين، الأول: أنها الداعم الأساسي للمتطلبات المهنية للعمل الإخباري، والثاني: أنها أهم الروافد التي يتم من خلالها تمكين الجمهور على تفاصيل الأحداث والوقائع.

2.8- القنوات التلفزيونية الفضائية:

تعريف القناة: في اللغة "هي الرمح الأجوف وكل عصا مستوية أو معوجة" (2). "ومجرى للماء ضيق أو واسع وجمعها قنوات" (3).

في الاصطلاح "حيز ذبذبي ذو نطاق معين يمثل ممرا الكترونيا أو الكترو مغناطيسي مثل قناة سبترية أو سلكية وتستخدم لإرسال ولنقل برامج التلفزيون وعادة يشار إليها برقم معين على جهاز الاستقبال حتى يتسنى للمشاهد معرفة رقم القناة التي تذيع البرنامج الذي يراه" (4).

و. "هي قنوات تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة تحدد عموما بالزاوية واتجاه علة البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثها على قمر من الأقمار" (5).

(1) -محمد سلمان الحتو، المرجع نفسه ص 189

(2) -ابن منصور لسان العرب، مرجع سابق ص 633.

(3) -المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط 4، مصر، 2004، ص 764.

(4) -محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الخامس، مرجع سابق، ص 1951.

(5) -سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة، ط 1، 2010، ص 25.

وعرفها كرم شلبي على " أنها لكل محطة إذاعية أو تلفزيونية قناة معينة تبث عليها إرسالها وهي بمثابة الطريق تسلكه الإشارة الإذاعية أو التلفزيونية من محطة الإرسال إلى أجهزة الاستقبال ويطلق الاسم نفسه على مصدر الأخبار أو المعلومات أو أي طريق تسلكه هذه المعلومات " (1).

3.8- القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية:

يتفق العديد من الباحثين على أن القنوات التلفزيونية الناطقة بالعربية هي امتدادا لفكرة الإذاعات الموجهة، وعليه فإن الدول ذاتها كانت هي الرائدة مرة أخرى في إطلاق القنوات التلفزيونية الناطقة بالعربية حيث يستقبل العالم العربي في الوقت الراهن ما يقارب خمس عشرة قناة متخصصة معظمها في المجال الإخباري وأنها ممولة من الحكومات القائمة عليها، وتشرف عليها وزارات خارجيتها بشكل مباشر ويعطي الباحث علي جابر الشمري وصفا للقناة التلفزيونية الموجهة بأنها قناة موجهة تصدر من جهات أجنبية، وتبث برامجها إلى الجمهور من خارج حدود دولتهم، وهي تستهدف الوصول إلى مجتمع أو شعب معين باستخدام لغته أو لهجته بغرض التأثير فيه نفسيا لتحقيق أهداف سياسية أو اقتصادية أو دينية أو ثقافية للمصدر أو الجهة الراعية لها (2).

ومن أمثلة القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة بالعربية قناة الحرة الأمريكية 2004، قناة العالم الإيرانية 2003، قناة الشرق الأوسط الإسرائيلية 2002، قناة بي بي سي البريطانية 2008، قناة دوشيه الألمانية 2002، قناة روسيا اليوم 2007، وقناة يورو نيوز 2008، وقناة trt التركية 2010، قناة فرونس 24 الفرنسية 2007، وقناة الصين 2009، قناة كوريا 2009...

وتعرف اجرائيا حيث يقصد بالقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية هي القنوات الفضائية التي تبث من خارج المنطقة العربية، وتستخدم اللغة العربية في رسالتها الإعلامية، وتقدم مضمونا إخباريا تتناول في مختلف القضايا تعكس فيه جهة نظر الدول القائمة عليها، وهنا اخترنا حصريا قناة بي بي سي البريطانية، وقناة فرونس 24 الفرنسية. وتعد القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية من القنوات الفضائية المتخصصة، والذي يمثل البعض منها مصدرا هاما من مصادر الأخبار بالنسبة للمشاهدين العرب.

(1) - كرم شلبي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الشروق، ط1، 1989، جدة ص91

(2) - على جبار الشمري، العلاقات العامة رؤية سرنذيبية، دار النهرين للتوزيع والنشر، دط بغداد، 2009، ص105

4.8. تعريف قناة BBC:

بي بي سي العربية هي شبكة لنقل الأخبار والمعلومات إلى العالم العربي عبر عدة وسائط تشمل الأنترنت والراديو والتلفزيون والهواتف المحمولة. وتعد BBC العربية أكبر وأقدم خدمة إعلامية تطلقها بي بي سي بلغة غير الإنجليزية، وقد واصلت تطورها منذ انطلاقتها في 3 يناير، وبالرغم من أن إنتاج البرامج يتم في استوديوهات لندن والقاهرة فإن بي بي سي العربية لها مراسلوها في أهم المواقع المحورية في المنطقة، وفي أهم العواصم العالمية من 250 مراسلا على الأقل في 72 مكتبا في مختلف أنحاء العالم⁽¹⁾. رأى التلفزيون العربي النور في 1994 لكن انقطع بثه عام 1996 ثم انطلقت BBC قناة إخبارية عربية جديدة في 11 مارس 2008، وقد شهد قسم بي بي سي عربي عملية إعادة هيكلة عام 2018 طالت القناة التلفزيونية إلى جانب الإذاعة نتج عنها الاستغناء عن عدد من موظفيها مقابل توسيع مكاتبها في الشرق الأوسط لتحسين الأداء وتطوير المحتوى، وبلغت الزيادة في عدد المتابعين 131 في المئة سنة 2020، ووصل العدد 12.7 مليون متابع أسبوعيا فيما بلغ إجمالي عدد المتابعين لخدمات بي بي سي نيوز عربي الرقمية والتلفزيونية والإذاعية 42.2 مليون متابع ومشاهد ومستمع، وسجل عام 2019 زيادات كبيرة في متابعة خدمات بي بي سي نيوز عربي في الجزائر والمغرب 200 في المئة مقارنة مع سنة 2018، وأظهرت الأرقام الحديثة أن أكبر جمهور لبى بي بي سي نيوز عربي في مصر يليه الجمهور السعودي⁽²⁾.

5.8. تعريف قناة France24:

هي قناة تابعة لمجموعة فرنسا الدولية بدأ بثها باللغة العربية لمدة أربع ساعات يوميا في أبريل 2007 لثم إطلاق البث على مدار اليوم في أكتوبر 2010، وتقدم القناة العديد من البرامج الإخبارية التي تعكس وجهة النظر الفرنسية تجاه أحداث العالم المختلفة، وتشمل فرانس 24 أربع قنوات للأنباء الدولية (بالعربية والفرنسية والإنجليزية والإسبانية) تبث على مدار الساعة (القناة الإسبانية تبث 6 ساعات يوميا، ويصل بثها إلى 853 مليون منزل في القارات الخمس، تجذب القنوات الأربع 79.8

⁽¹⁾ - BBC .com. arabic.institutional.2011.01.000000.aboutic.

⁽²⁾ - alarab.co.uk. بي بي سي عربي الأكثر انتشارا بين خدمات الهيئة العالية، تاريخ الدخول، 10.10.2020.

مليون مشاهد أسبوعيا (إحصاء أجري في 71 دولة من أصل 841 دولة يتم فيها بث القناة. (تبث فرنسا 24 برامجهما من باريس برؤية فرنسية لأحداث العالم معتمدة في ذلك على شبكة تتشكل من 160 مكتب مراسلات تغطي الأحداث في معظم أنحاء العالم، ويتم استقبال بث القناة عبر الكابل والأقمار الاصطناعية والتلفزيون الرقمي الأرضي في بعض الدول، وعن طريق الأنترنت والهواتف الجواله والحواسيب اللوحية وأجهزة التلفزيون الذكية ويوتيوب باللغات الأربعة . كل هذا الفضاء الإعلامى الجديد لفرنسا 24 متوفر أيضا باللغات الأربعة، ويسجل شهريا 15.5 مليون زيارة و59.8 مليون مشاهدة لمقاطع الفيديو معدل 2018) إضافة إلى 38.2 مليون مشترك على صفحاتها على فيسبوك وتويتر (ديسمبر 2018⁽¹⁾).

6.8. القواعد المهنية:

قبل التطرق إلى التعريف الاصطلاحي والإجرائي لهذا المصطلح المهم جدا بالنسبة لهذه الدراسة كان لزاما علينا أن نمر على المعنى اللغوي لكل من القواعد، والمهنية.

أ-تعريف القواعد: في اللغة موضوعه لما هو أساس الشيء سواء أكان ماديا أو معنويا على نحو يتقدم الشيء، ويضمحل بسبب انتفائه، البيت مثلا ينعدم بانعدام أساسه، قال ابن منظور: «والقاعدة أصل الأس والقواعد الأساس وقواعد البيت أساسه» وفي القرآن الكريم ﴿وَإِذْ يَرْفَعُ إِبْرَاهِيمُ الْقَوَاعِدَ مِنَ الْبَيْتِ وَإِسْمَاعِيلُ﴾.البقرة، وقال الزجاج "القواعد أساطين البناء التي تعمد وقواعد الهودج خشبات أربع معترضة في أسفله تركب عيدان الهودج فيها"⁽²⁾.

وفي الاصطلاح: "فهى قضية كلية منطبقة على جميع جزئياتها." قال التهاوني "وهي تطلق على معان. مرادف الأصل والقانون والمسالة والضابطة والمقصد. وعُرِّفت بأنها أمر كلي منطبق على جميع جزئياته عند تعرف أحكامها منه"⁽³⁾.

(1) _ar _ France medias monde.com تاريخ الدخول مارس 2020

(2) -ابن منظور، لسان العرب، طبعة دار المعارف، القاهرة، ج5، ص 291.

(3) -محمد علي التهاوني، موسوعة كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم، ج2، ص 1292.

ب- تعريف المهنة: في اللغة تعني الحذق يقال حذق العمل أي مارسه وأتقنه ويقال حذق عمله أي أمهره وأتقنه⁽¹⁾.

وفي الاصطلاح "المهنة Profession هي وظيفة مبنية على أساس من العمل والخبرة اختيرت اختياراً مناسباً حسب مجال العمل الخاص بها. وهي تتضمن مهارات وتخصصات معينة ويحكمها قوانين وآداب خاصة"⁽²⁾.

ج- تعريف للقواعد المهنية: لا يوجد تعريفاً محدداً لمصطلح القواعد المهنية، ولكن حاولت الباحثة أن تستخرج بعض الإشارات من مضامين كتابات بعض الباحثين.

تذكر الباحثة ريهام عاطف عبد الحميد أن "Helen Sissons دعت الصحفيين للالتزام بمجموعة من القواعد في عملهم بغرف الأخبار تلك العملية التي وصفتها بالمتعة، حين يسعى الصحفيون لجمع المعلومات، وإمداد القراء بما يكتشفونه من هذه القواعد أن يحرص الصحفيون على الوصول لحقيقة الأحداث Truth of Events، وان يتأكدوا من صحتها قبل النشر، وأن يلتزموا بالدقة والتوازن عند صياغة قصصهم Be Accurate And Balanced"⁽³⁾.

ويحصر الباحث محمد شومان القواعد المهنية في "العملية الإخبارية والتي تلزم العاملين بعدم مخالفتها في تسع قواعد هي التقيد بالحقائق، الدقة، الموثوقية. التمييز بين الأخبار والآراء. يمنع على الصحفي جلب الإعلانات، التوازن في نشر الروايات المختلفة في الأخبار والقصص الإخبارية، احترام خصوصية المواطنين وحقوق الضحايا، لا يجوز نشر أسماء أو صور المتهمين، وغير مسموح نشر أسماء وصور المتبرعين بالأعضاء أو المستفيدين من التبرع"⁽⁴⁾.

د- التعريف الإجرائي للقواعد المهنية: القواعد المهنية في العمل الإخباري هي مجموعة المبادئ التي تحكم في جودة المحتوى أو المنتج الإخباري، والتي يجب على الصحفي الالتزام بها انطلاقاً من مصدر

(1) -معجم المعاني الجامع www.almaany.com تاريخ الدخول 10.2020.1

(2) -عقل محمود عطا، القيم المهنية مكتبة التربية العربي لدول الخليج، الرياض، دط 2006 ص 83.

(3) -ريهام عاطف عبد الحميد، أنماط التحيز في المعالجة الإخبارية العربي، للنشر والتوزيع، ط1 القاهرة، 2018 ص19.

(4) -محمد شومان، يعني إيه مهنة الصحافة والإعلام؟ 06 يوليو 2016، تاريخ الدخول 10 أبريل 2020

المعلومة، وانتقائها، وتحريرها وصولاً إلى نشرها، وبثها للجمهور، ويمكن رصد هذه القواعد التي تعمل على قياس مهنية المحتوى الإخباري في مجال القدرة على الوصول إلى مصادر المعلومات كالدقة وعدم التحيز، وقواعد التغطية الإخبارية من قبيل التوازن والأنصاف والدقة والشمول والحياد، وقواعد خاصة بملائمة أشكال وقوالب ووسائل التغطية للأحداث والموضوعات، وقواعد الفصل بين مواد الرأي والأخبار، وقواعد الالتزام المهني من قبيل النزاهة، واحترام الخصوصية .

9- الدراسات السابقة:

مما لا شك فيه أن الاطلاع على الدراسات السابقة يعتبر جزءاً مهماً من العملية البحثية، حيث تحتم أصول البحث العلمي على الباحث أن يتعمق في الاطلاع على ما قد كتب في موضوع دراسته من قريب أو من بعيد، فهي تمثل الإرث المعرفي لدراسته الحالية، وقد حرصت الباحثة على تقسيم تلك الدراسات في محورين اثنين:

1.9- الدراسات السابقة التي تناولت تقييم تغطية القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية (دراسة تحليلية أو ميدانية):

- الدراسة 01: موسى سالم الكساسبة، المعالجة الإخبارية للازمة السورية في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية 2019⁽¹⁾.

هدفت الدراسة إلى التعرف على المعالجة الإخبارية للازمة السورية في القنوات الموجهة باللغة العربية، والأطر المرجعية، وعناصر الإبراز، والشخصيات المحورية في نشرات الأخبار في القنوات الفضائية الموجهة الناطقة بالعربية، واعتمدت الدراسة على منهج المسح من أسلوب تحليل المحتوى عن طريق استمارة تحليل المضمون، واستخدم الباحث عينة شملت 20 نشرة إخبارية لكل قناة ثم اختيارها بأسبوع الصناعي في الفترة ما بين 1 جانفي 2018 و28 فيفري 2019.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

⁽¹⁾ -موسى سالم الكساسبة المعالجة الإخبارية للازمة السورية في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية، دراسة تحليلية مقارنة لقناتي روسيا اليوم وفرونس 24 اغودجا، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2019.

-اختلاف المواضيع التي عالجتها قناتي الدراسة وتركيزهما على المواضيع السياسية بنسبة 5% لكل موضوع.

-اتجاهات المعالجة الإخبارية لقناة فرونس 24، فكان الحياد نسبة 55%، والتأييد لقناة روسيا اليوم بنسبة 60%.

-احتلت التقارير الإخبارية المرتبة الأولى في قناة روسيا اليوم بنسبة 80%، وفي قناة فرونس 24 نسبة 60% من ضمن الأنماط المستخدمة في المعالجة.

- اعتماد قناة فرونس 24 على مندوب القناة بشكل شبه كلي في معالجة الازمة السورية بنسبة 80%، وغاب استخدامها للمراسلين 20% فيما اعتمدت روسيا اليوم على المراسلين بنسبة 95%.

-اختلاف بين القناتين فرونس 24 وروسيا اليوم في التوازن في عرض وجهات النظر حول الازمة السورية، حيث بلغت 65% في عرض وجهتي النظر في فرونس 24، وبلغت 55% في قناة روسيا اليوم.

-الصور الحية كانت أكثر عناصر الإبراز التي استخدمها القناتين فرونس 24، وروسيا اليوم بنسبة 90% و 56% في قناة فرونس 24.

الدراسة 02: أحمد اياد عباس وحسين رشدي الغراوي، مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية من وجهة نظر الإعلاميين العراقيين، دراسة مسحية 2018⁽¹⁾.

تحدد مشكلة البحث في التعرف على مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية (روسيا اليوم، BBC، الحرة) من حيث مدى التزام هذه القنوات بالمعايير والشروط المحددة لها وفقا لرؤية الإعلاميين العراقيين فجاء التساؤل الرئيسي ما مستوى مصداقية القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية لدى الإعلاميين العراقيين؟

استخدم الباحث المسح الوصفي التفسيري، والدراسة من البحوث الوصفية عن طريق أداة الاستبيان، وتشمل العينة 245 إعلاميا عراقيا في المجال الزمني من 1 ماي 2017 إلى 15 أوت 2017، ومن أهم نتائج الدراسة:

⁽¹⁾ -أحمد اياد عباس، حسين رشدي الغراوي، مصداقية القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية من وجهة نظر الإعلاميين العراقيين، دراسة مسحية، ماجستير، كلية الاعلام، جامعة بغداد. مجلة الباحث الإعلامي ال عدد42. ص ص187 _ 161.

__تبين أن أغلب أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية بصورة مستمرة دائما.

__ تصدرت قناة روسيا اليوم من حيث حجم المشاهدة ثم قناة بي بي سي ثم قناة الحرة.

__أظهرت النتائج ان القنوات الإخبارية تعتمد على شبكة مراسليها في نقل الأحداث من مواقعها جاء في المرتبة الأولى بوزن نسبي 74.16%، والرتبة الثانية أنها تعتمد الوضوح 73.66%والسرعة في نقل الأحداث في الرتبة الخامسة 71.1%، والدقة في نقل المعلومة 70.8% والتوازن في عرض جوانب الحدث 68.6%، في حين جاءت المراتب الثلاث الأخيرة معايير الحياد في عرض المواد الإخبارية ومعالجة القضايا، والأحداث بتجرد، والعمل من أجل الصالح العام.

__أشار أغلب أفراد العينة بنسبة 60.14% معايير المصدقية متوفرة في قنوات روسيا اليوم وبي بي سي والحرة، في حين أشار 33.06%منهم إلى أنها تتوفر إلى حد ما، بينما رأى 6.8% فقط بأنها غير متوفرة.

__لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين القنوات الثلاث من حيث مستوى المصدقية اذ لم يثبت صحة الفرض الذي يؤيد وجود فروق إحصائية ذات دلالة إحصائية بين القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة باللغة العربية.

الدراسة 03: وهيبة حمودي، البعد الاستراتيجي للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية،

دراسة وصفية تحليلية لمضمون نشرة أخبار قناة بي بي سي العربية 2018⁽¹⁾

تنتقل الدراسة من تساؤل رئيسي وهو: ما هو البعد الاستراتيجي لقناة بي بي سي العربية وهل ثمة توافق بين الأجندة الإخبارية للقناة في تغطيتها للقضايا السياسية العربية ومواقف السياسة البريطانية حيال هذه القضايا.

تنتمي الدراسة إلى الدراسة الوصفية حيث تم توظيف تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات من خلال تحليل النشرة الإخبارية لقناة بي بي سي العربية التي تنث على الساعة الثامنة مساء بتوقيت لندن في المدة

⁽¹⁾ -وهيبة حمودي، البعد الاستراتيجي للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، دراسة وصفية تحليلية لمضمون نشرة اخبار قناة بي بي سي العربية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام، 2017. 1018__

الزمنية الممتدة من 6 مارس 2018 إلى 4 أبريل 2018 أي 30 نشرة إخبارية ومن أهم نتائج الدراسة:

- غلبت النزعة التحليلية التفسيرية في صناعة أخبار محطة بي بي سي عربية إذ أن أغلب الأخبار هي تقارير حية تهدف إلى إثارة النقاش والتحليل، مما يرفع من سقف مصداقيتها.

- وجود علاقة ارتباطية بين أجندة القناة الإخبارية وشكل الخبر، إذ اتخذت الأخبار ذات الأولوية شكل تقارير وأحرزت نسبة 68.82%، في حين ظهرت الأخبار الأقل أهمية في شكل أخبار غير مسجلة.

- تفوق المصادر التابعة للقناة على بقية مصادر المعلومات الأخرى، واعتماد القناة على المصادر نفسها وتكرارها (محللين ومنظمات حكومية) يثير التساؤل حول مصداقية هذه المصادر.

- استخدمت قناة بي بي سي العربية لغة مزدوجة في طرحها الإعلامي اتسمت بالحيادية فيما يتعلق بالقضايا التي لا تشكل أولوية كالأحداث في المغرب، والشأن الداخلي العراقي، وانتقائية توجيهية بشأن القضايا ذات الأولوية كالأزمة السورية والملف التركي.

- تراجع دور معايير التغطية الإخبارية الموضوعية ممثلة في التوازن، وغياب الاحكام الذاتية مقابل تفوق عنصري الدقة ونسب المعلومات إلى مصادرها. جاءت نسبة الدقة في المركز الأول بنسبة 48.77%، وجاء عنصر نسب المعلومات إلى مصادرها في المركز الثاني بنسبة 36.02%، أما معيار التوازن فجاء بنسبة 9.31% وهو مؤشر على وجود انحياز للقناة التي ترتب العناصر المشكلة لأوليائتها وفق نسق مدروس بدقة.

- توافق الخطاب التحريري للقناة مع موقف السياسة الخارجية البريطانية المعارض لنظام الرئيس السوري بشار الأسد.

- لجوء القناة إلى طرح إعلامي حذر لقضية الفلسطينية يتطابق نسبيا مع الموقف الحكومي البريطاني.

- استأثرت الأحداث المتعلقة بالشأن البريطاني بحجم تغطية زمنية كبيرة مما يفسر بوجود علاقة ارتباطية إحصائية بين أجندة الحكومة البريطانية وأجندة القناة.

الدراسة رقم 04: عبد الله الوزان -إياد الدليمي، مصداقية القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية لدى الشباب الجامعي العراقي والسعودي، 2018.⁽¹⁾

انطلقت الدراسة من مشكلة بحثية وهي: ما مدى مصداقية القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية؟

واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي لدراسة الجمهور بالاعتماد على الاستبيان كأداة للبحث على عينة 400 مفردة من الشباب الجامعي بكلية الإعلام والآداب بالمملكة العربية السعودية كلية الإعلام بالجامعة العراقية خلال شهر فبراير 2017، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- ارتفاع نسبة مشاهدة القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية من جانب الشباب الجامعي العراقي بنسبة 74% والشباب الجامعي السعودي 20%.

- إن من أسباب اعتماد الشباب الجامعي العراقي على القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية هي التزامها بالقيم المهنية من حيث الموضوعية، والمصداقية، والدقة، والاكتمال، والتوازن في عرض وجهات النظر عند تقديمها للأخبار العربية فجاء الشباب العراقي بنسبة 35.81% والشباب السعودي بنسبة 42.5%.

- أما التزامها بالقيم الإخبارية من حيث الأنية والفورية، والاثارة، والشخصية، والاستمرارية في متابعة الأحداث العربية فقد كانت النسبة للشباب العراقي 27.71% والسعودي 32.5%.

- من نتائج الدراسة أن أكثر القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية مصداقية في نقل الأخبار قناة الحرة الأمريكية بنسبة 27% تليها قناة العالم الإيرانية 22%، ثم قناة TRT التركية بنسبة 15%، والمرتبة الرابعة قناة BBC البريطانية بنسبة 14%.

أما الشباب السعودي فهي على التوالي المرتبة الأولى BBC بنسبة 32.5%، ثم قناة روسيا اليوم بنسبة 30.0% ثم قناة الحرة الأمريكية بنسبة 17.5%، ثم قناة فرونس 24 الفرنسية بنسبة 12.5%.

⁽¹⁾ -عبد الله الوزان -إياد الدليمي، مصداقية القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية لدى الشباب العراقي والسعودي، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، العدد4، أكتوبر 2018، ص27_ص58

الدراسة 05: فتحة أمام، المعالجة الإخبارية لقضايا العالم العربي في الفضائيات الأجنبية الموجهة باللغة العربية france24 ، BBC والحرّة نموذجاً (1).

اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي ومنهج الدراسات النسبية المقارنة من خلال تحليل مضمون النشرات الإخبارية للقنوات الثلاث، وتم اختيار العينة بطريقة قصدية وبلغت 21 نشرة إخبارية رئيسية، ومن أهم نتائج هذه الدراسة ما يلي:

- ركزت القنوات الثلاث بشكل كبير على الأخبار السياسية، حيث بلغت نسبة 28.26% في قناة الحرّة، ونسبة 27.38% في قناة BBC، و 28.06% في قناة فرونس 24.
- كما سجلت الأخبار العسكرية في المرتبة الثانية بي بي سي نسبة 29.25%، وفرونس 24 19.01%، والحرّة 15.45%.
- أوضحت النتائج ان العالم العربي هو المجال الجغرافي أكثر تغطية من خلال النشرات الإخبارية للقنوات الثلاث، حيث بلغت 48.0% في قناة بي بي سي، و 33.02% في قناة فرونس 24، و 31.56% في قناة الحرّة.
- كشفت النتائج ان نسبة الأخبار البارزة في عناوين نشراتها الإخبارية بلغت 66.66% في فرونس 24، و 59.37% في قناة الحرّة، و 43.75% في قناة بي بي سي، وهي القناة الوحيدة التي تغطي عليها عناوين الأخبار غير العربية.
- قضايا الحرب في سوريا أكثر القضايا تغطية القنوات الثلاث فرونس 24 نسبة 32.12% والحرّة 31، و 56% و BBC نسبة 34.01%.
- شكلت الأخبار القصيرة في قناة فرونس 24 نسبة 48.62%، أمّا الحرّة نسبة 73.40%، وعلى العكس في قناة بي بي سي الأخبار الطويلة بلغت نسبة 68%.

(1) - فتحة أمام المعالجة الإخبارية لقضايا العالم العربي في الفضائيات الأجنبية الموجهة باللغة العربية france24 ، BBC والحرّة نموذجاً، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الاعلام والاتصال، قسم الاعلام، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2017_2018.

أسلوب تقديم الأخبار قد كان تقديمها على قناة فرونس 24 مذيع ومادة فلمية، وهو الأسلوب نفسه في قناة الحرة، أما قناة BBC فاعتمدت بالدرجة الأولى على أسلوب المذيع وتقديم مراسل، وذلك بنسبة 40%.

الدراسة رقم 06: خالد أحمد عبد الجواد، مصداقية القنوات الإخبارية العربية والموجهة في تناول القضايا الخليجية كما يراها الجمهور الإماراتي، 2017.⁽¹⁾

تحدد المشكلة البحثية للدراسة في رصد وتحليل وتفسير مصداقية القنوات الإخبارية الدولية الموجهة باللغة العربية في تغطيتها للأحداث الخليجية بصفة عامة والإماراتية بصفة خاصة، ومدى ثقة الجمهور الإماراتي وتصديقه للمضامين التي تقدمها هذه القنوات.

تعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية التي تعتمد على منهج المسح بالعينة، حيث تم مسح آراء الجمهور الإماراتي الذين يتابعون القنوات الإخبارية الموجهة باللغة العربية المكونة من 270 مبحوثاً من طلاب ثلاث جامعات في دبي قسم الإعلام، واعتمد الباحث على استمارة استبيان.

من أهم نتائج الدراسة:

- اختلفت درجات الثقة في القنوات الإخبارية العربية والموجهة، حيث ارتفعت ثقة العينة في قناة BBC التي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 62.22%، تليها سكاي نيوز ثم العربية، وروسيا اليوم، بينما انخفضت كثيراً في قناة الجزيرة بنسبة 22.58%.

- جاءت الفورية في نقل الأخبار أهم العوامل الثقة لدى الذين يتقون في قنوات العربية وسكاي نيوز وروسيا اليوم بينما خبرة العاملين في القناة جاءت في الترتيب الأول في قناة BBC وجاء الحياد والموضوعية في الترتيب الثاني في قناتي العربية وBBC.

- كشفت النتائج أن التوازن في العرض جاء في الترتيب الثالث في قناة BBC، ثم الدقة في العرض في المركز الرابع.

⁽¹⁾ - خالد احمد عبد الجواد، مصداقية القنوات الاخبارية العربية والموجهة في تناول القضايا الخليجية كما يراها الجمهور الاماراتي، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد، 12 كلية الاعلام جامعة القاهرة، أكتوبر 2017، ص1-ص36.

-87.09% من عينة الدراسة تؤكد أن ملكية القنوات يؤثر على مصداقية القناة في حين 9.68% لا يرون ذلك، وقد ظهر ذلك أكثر وضوحاً في قناة روسيا اليوم وأقل في قناة BBC .
تكشف النتائج أن التحيز في القنوات الإخبارية هو الدافع الأول في عدم الاقبال على القنوات الإخبارية والموجهة بنسبة 90.3%، يليه عدم الثقة بنسبة 86.66% ثم عدم المهنية بنسبة 81.81%، ثم عدم الدقة في التغطية بنسبة 73.33%.

الدراسة 07: نهلة حلمي محمد عبد الكريم، أطر المعالجة الإخبارية للصراع العسكري في المنطقة الحدودية بين السعودية واليمن في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية 2017.⁽¹⁾

تحدد مشكلة الدراسة في رصد وتحليل ودراسة أطر معالجة الإخبارية لقضية الصراع العسكري في المنطقة الحدودية بين المملكة العربية السعودية واليمن في القنوات الفضائية الإخبارية الموجهة، وما يتصل بذلك من رصد خصائص المعالجة، وذلك بالتطبيق على النشرات الإخبارية في كل من قنوات، BBC، وfrance24، وروسيا اليوم، وتحليل الأطر المقدمة في التغطية الإخبارية لقضية الصراع السياسي بين السعودية واليمن في الفضائيات الموجهة، وقد استخدمت الباحثة منهج المسح بالعينة، من خلال تحليل مضمون النشرات الإخبارية لقنوات الثلاث خلال دورة تلفزيونية مدتها شهر من 1 أكتوبر 2017 إلى 1 نوفمبر 2017، ومن أهم نتائج هذه الدراسة ما يلي:

- وجود اختلاف بين القنوات في طول الخبر حيث تحتل قناة روسيا اليوم أعلى نسبة 63% نظراً لاعتماد القنوات على التقارير الإخبارية لمتابعة ابعاد الخبر ومناقشته.

- اهتمام كبير للقنوات الثلاث بالأخبار السياسية، حيث بلغ 57% من إجمالي العينة.

- كان التركيز بشكل كبير على القضايا السياسية العربية وعلى رأسها الصراع العربي الإسرائيلي، والقضية العراقية، والصراع السياسي بين السعودية واليمن.

- أظهرت النتائج أن القنوات الثلاث يغلب عليها القالب الخبري حيث جاء في أعلى ترتيب بنسبة 40%.

⁽¹⁾ - نهلة حلمي محمد عبد الكريم، أطر المعالجة الإخبارية للصراع العسكري في المنطقة الحدودية بين السعودية واليمن في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد 12، 2017، ص ص 263-324.

- جاء في اتجاه الأخبار أن الأخبار السلبية في الترتيب الأول في كل من قناة BBC بنسبة 52% وقناة FRANCE24، أما قناة روسيا اليوم نسبة الأخبار الإيجابية 45.5%.

الدراسة 08: العربي بوعمامة، فوزية عبو، الموضوعية والمصداقية في القنوات الفضائية الأجنبية، دراسة تحليلية لقضية محمد مراح من خلال قناة فرونس 24 الإخبارية 2015⁽¹⁾.

انطلقت هذه الدراسة من إشكالية كيف عاجلت القناة الفرنسية فرانس 24 خبر مقتل محمد مراح؟، وتعتبر الدراسة من الدراسات الوصفية التي اعتمدت على منهج المسح من خلال أسلوب تحليل المحتوى عن طريق استمارة تحليل، وتشمل عينة الدراسة النشرات الإخبارية لقناة فرونس 24 التي بثت في شهر مارس أيام 21، 22، 23 مارس 2021 عن محمد مراح، اختيرت منها 10 نشرات بطريقة قصدية، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

إن تطرق قناة فرونس 24 للأخبار السياسية وموسع ليس صدفة، وإنما له عدة ابعاد واتجاهات يخدم أهداف هذه القناة.

- لقد قامت القناة بإظهار الشخصيات البارزة والفاعلة في الحكومة _الفرنسية كالرئيس نيكولا ساركوزي ووزير الداخلية كلود غيان، وكذا ادراج المخابرات الفرنسية أيضا لتؤكد ان قضية محمد مراح قضية سياسية وليست امنية فحسب.

- حظيت قضية محمد مراح زمنا أكبر خلال الأيام الأولى للهجمات، وكانت تأتي في راس نشراتها الإخبارية.

- لقد ابتعدت قناة فرونس 24 عن المصداقية والموضوعية والتوازن الإخباري فلم تتحرى بالمعايير المهنية في تغطيتها للحدث.

- القناة ترجح الكفة إلى المسلمين على أنهم السبب وراء كل ما يحدث من اعمال إرهابية دون استضافة عائلة محمد مراح مثلاً.

- كل التقارير المقدمة في نشراتها الإخبارية كان دورها يتمحور في محاولة اقناع المشاهد بأن أي معلومة قدمت له خاصة بقضية محمد مراح كانت صحيحة ودقيقة.

⁽¹⁾ -العربي بوعمامة، فوزية عبو، الموضوعية والمصداقية في القنوات الفضائية الأجنبية، دراسة تحليلية لقضية محمد مراح من خلال قناة فرونس 24 الإخبارية.، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد الثالث العدد2، 11. أبريل 2015، ص ص89_102.

الدراسة رقم 09: بسنت مراد فهمي حسن، تحليل القضايا العربية بالخطاب الأوروبي الموجه باللغة العربية BBC وروسيا اليوم وتدش فيه DW 2014⁽¹⁾

تهدف الدراسة إلى تحليل القضايا العربية بالخطاب الأوروبي الموجه باللغة العربية، واستخدمت الدراسة منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني والمنهج المقارن لمقارنة توجهات القنوات الثلاث في معالجة القضايا العربية، وشملت عينة الدراسة التحليلية 75 حلقة من البرامج الإخبارية بالقنوات الثلاث، وكانت فترة التحليل من 1 أكتوبر 2012 إلى 31 ديسمبر 2012، وعينة الدراسة الميدانية 180 مفردة من الصفوة المصرية السياسية والإعلامية والأكاديمية.

من أهم نتائج الدراسة التحليلية

- بالنسبة لعنصر التوازن في عرض القضية جاء عرض وجهات نظر أطراف الصراع المختلفة بقناة DW في المقدمة بنسبة 76%، ثم قناة BBC بنسبة 42.3%، وروسيا اليوم بنسبة 9.67%.

- بالنسبة لعلاقة معالجة الموضوعات المطروحة بسياسة الدولة، فاعل الحلقات بقناة BBC وDW غير واضحة الاتجاه، وبالنسبة لروسيا اليوم واضحة بنسبة 83.9%.

- التأثير المباشر لسياسة روسيا اليوم على طريقة تناول القضايا العربية مؤيدة لتوجهات حكوماتها.

- أمّا قناة BBC تعمل على توصيل سياسة حكومتها بشكل غير مباشر، بالإضافة إلى ذلك تتبع قناة BBC سياسة التمويه أو تشتيت الانتباه، وذلك بعرض الجانب الذي تؤيده في الصراع وتشتيت الانتباه عن وجود الطرف الآخر في الصراع.

- وأشارت الدراسة الميدانية إلى:

- ارتفاع نسبة مشاهدة قناة BBC من بين القنوات الأوروبية وانخفاض معدل مشاهدة DW.

- جاءت قناة BBC على راس القنوات الثالث التي حظيت بنسبة تقييم مرتفع للمصداقية 76.6%.

⁽¹⁾ - بسنت مراد فهمي حسن، تحليل القضايا العربية بالخطاب الأوروبي الموجه باللغة العربية، BBC وروسيا اليوم وdw، رسالة دكتوراه، كلية الاعلام، جامعة القاهرة 2014، المجلة العلمية للبحوث الإذاعة والتلفزيون، ص 421 ص 429..

- اتضح عدم وجود علاقة ارتباطية دالة احصائياً بين درجة مشاهدة الصفوة للقنوات الأوروبية الثلاث، وتبنيهم للأطر المعالجة الإخبارية لها.

- وجود علاقة ارتباطية بين معدل التعرض للقنوات ودرجة تقييم مصداقيتها، وذلك بالنسبة لقناة روسيا اليوم فقط فيما لم تتضح وجود علاقة ارتباطية بالنسبة لـ BBC و DW.

الدراسة 10: سلام عبد المهدي كريم الجبوري، دور قناتي الحرة و BBC الفضائيتين الناطقتين باللغة العربية في إثارة الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في الأردن والأمارات دراسة مقارنة، 2014. ⁽¹⁾.

انطلقت الدراسة من تساؤل مفاده: هل لقناتي الحرة و BBC الناطقتين باللغة العربية دور في إثارة الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في الأردن والأمارات؟

استخدم الباحث في دراسته المنهج الوصفي التحليلي، والذي حاول من خلاله وصف دور قناتي الحرة والبي بي سي الناطقتين باللغة العربية في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب الجامعي، واختار العينة العشوائية تتكون من 400 مفردة في كل من دولة الإمارات ودولة الأردن ومن كليات مختلفة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة ما يلي:

- كانت نسبة تعرض الشباب الجامعي لقناة الحرة 62.25%، أما قناة BBC فبلغت 73.65% ويتضح أن BBC لها جمهورها كونها الأكثر مصداقية ونزاهة ولديها خدمة متكاملة لنقل الأخبار، ضف إلى ذلك تفوقها في الإمكانيات المادية على قناة الحرة.

- إن نسبة الموافقة على مجال الإشباعات المحققة في المجالات المختلفة من متابعة قناة الحرة لدى الشباب الجامعي بلغت 56.66%، أما قناة BBC نسبة الإشباعات بلغت 77.21%.

- إن نسبة استخدام المعايير المهنية في تغطية البرامج في القناتين، فقد كانت نسبة قناة الحرة 55.61%، أما BBC بلغت 75.65%، ويلاحظ أن المعايير التي تعتمدها القنوات الفضائية، ومنها

⁽¹⁾ - سلام عبد المهدي كريم الجبوري، دور قناتي الحرة وبي بي سي الفضائيتين الناطقتين باللغة العربية في إثارة الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في الأردن والأمارات دراسة مقارنة رسالة ماجستير في الإعلام، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة البتراء، الأردن، 2013-2014.

الحرّة وBBC لا تلتزم بهذه المعايير المهنية، وإنما تعتمد معايير بما ينسجم مع سياسية القناة أو المؤسسة الإعلامية.

- في مجال مصادر تغطية الأخبار التي تعتمد عليها قناة الحرّة بلغت 72.4%، أمّا نسبة الموافقة على مصادر التغطية التي تعتمد قناة BBC بلغت 81.11%، ومنه يلاحظ أن قناة BBC تعتمد على مصادرهما الواسعة في جميع أنحاء العالم، وتعتمد على فريق متكامل لنقل الأخبار من مواقع الحدث.

الدراسة 11: محمد شريف امين الدالي، المعالجة الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في قناتي فرونس 24 والحرّة الأمريكية 2012.⁽¹⁾

تركزت مشكلة الدراسة حول كيفية تناول قناة فرونس 24 لقضايا الشرق الأوسط والمقارنة بينها وبين قناة الحرّة الأمريكية في طبيعة الموضوعات وأساليب معالجتها سلبيًا وإيجابيًا، واعتمدت الدراسة على المنهج المسح الإعلامي، حيث قام الباحث بتحليل النشرات الإخبارية الرئيسية في القناتين في الفترة ما بين 1 يناير 2010 و 21 مارس 2010، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة ما يلي:

- احتلت القضية الفلسطينية المركز الأول بالنسبة لعدد دول الشرق الأوسط التي وردت في الأخبار نسبة 15% في قناة الحرّة، و 17.8% في قناة فرونس 24، بينما احتلت القضية العراقية المركز الثالث في قناة الحرّة بنسبة 13.9%، والمركز الرابع نسبة 12.3%.

- اتفقت القناتان في عرض أخبارها من خلال إطار الصراع، حيث احتل المركز الأول في القناتين بنسبة 96.6% في قناة الحرّة، ونسبة 70.5% في قناة france24،

- اختلفت القناتان في نسبة ورود وتكرار الأخبار السياسية رغم احتلالها المركز الأول بنسبة 55.3% في قناة الحرّة، و 66.1% في قناة france24، اتفقت القناتان في تركيزهما على الأخبار العسكرية والأمنية، حيث احتلت المركز الثاني في القناتين بنسبة 29.8% في قناة الحرّة، و 28.2% في قناة france24.

⁽¹⁾ - محمد شريف امين الدالي، المعالجة الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في قناتي فرونس 24 والحرّة الأمريكية، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية لأعلام، جامعة القاهرة، 2012.

الدراسة 12: حيدر أحمد علو القطبي، القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الموجهة إلى المنطقة العربية، دراسة تحليلية مقارنة لنشرات الأخبار الرئيسية التي تقدمها قنوات روسيا اليوم، BBC والحرّة، 2011⁽¹⁾.

تنطلق الدراسة من مشكلة بحثية تكمن في معرفة القيم الإخبارية التي تحكم عملية انتقاء الأخبار في القنوات الفضائية الموجهة، وتقضي أوجه التشابه والاختلاف في القيم الإخبارية السائدة في تلك القنوات. وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي عن طريق تحليل المضمون من خلال أداة استمارة تحليل المحتوى لتقصي مضمون نشرات الأخبار المقدمة عبر قنوات الحرّة وروسيا، وقناة بي بي سي عربي زمن أهم نتائج الدراسة ما يلي:

- إن القيم الإخبارية السائدة في القنوات الثلاث كانت بالترتيب: قيمة الجدة، الشهرة، القرب، الأهمية الصراع، المنافسة، الضخامة، الاستمرارية، الاهتمامات الإنسانية.
- وجود تقارب وتماثل بين القنوات الثلاث بالنسبة للقيم الإخبارية السائدة.
- أظهرت نتائج الدراسة والمقارنة بين القنوات الموجهة في علاقة القيم السائدة بأشكال التغطية الإخبارية اهتمام القنوات الفضائية الموجهة باستعمال التقارير الإخبارية، فضلا عن استعمال الأخبار المجردة المعززة بصور متحركة.

الدراسة 13: رانا إيهاب، اتجاهات النخبة الإعلامية نحو معالجة القنوات الإخبارية الدولية الموجهة لقضايا الدول العربية⁽²⁾.

سعت الدراسة إلى رصد اتجاهات الصفوة نحو الأطر التي تقدم القنوات الإخبارية الأجنبية الموجهة من خلالها قضايا الدول العربية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي لدراسة الجمهور، وتشمل العينة على 20 مفردة من النخبة المصرية الأكاديمية والإعلامية، ومن أهم النتائج التي خلصت إليها هذه الدراسة ما يلي:

(1) - حيدر أحمد علو القطبي، القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الموجهة إلى المنطقة العربية، دراسة تحليلية مقارنة لنشرات الأخبار الرئيسية التي تقدمها قنوات روسيا اليوم، وبي بي سي والحرّة، أطروحة دكتوراه كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2011.

(2) - رانا إيهاب، اتجاهات النخبة الإعلامية نحو معالجة القنوات الإخبارية الدولية الموجهة لقضايا الدول العربية، مجلة الدراسات والبحوث الإعلامية، عدد يونيو 2023، ص375-423.

- اتفقت اغلب العينة أنهم يعتمدون على القنوات الإخبارية الأجنبية الموجهة كمصدر للمعلومات عن القضايا العربية، وتباينت درجة الاعتماد ما بين الاعتماد النسبي والكلي.

- إن القنوات الأجنبية الموجهة الأكثر تفضيلاً فقد احتلت قناة سكاي نيوز عربي مركز الصدارة وتنوعت الأسباب ما بين محتوى مميز، وتغطية شاملة وحيادية وسريعة للأحداث بدقة وموضوعية، فضلاً عن تفوقها في الجذب البصري.

وجاءت فرونس 24 في المركز الثاني التي تعرض وجهة النظر الغربية، ولكن بثقافة فرنسية بين قناة بي بي سي عربي لخبرتها الكبيرة كمؤسسة إخبارية تلتزم بالموضوعية، وعرض وجهات نظر مختلفة وتحليل الأحداث.

أما المركز الثالث فقد تقاسمته كل من روسيا اليوم والحرّة، ويرى الخبراء أن التعرض لقنوات ذات مرجعية مختلفة، وذلك بهدف الوصول لمعلومات متنوعة وتغطية شاملة.

كما أظهرت نتائج الدراسة تباين استجابة العينة بشأن التزام القنوات الإخبارية الموجهة لمعايير المهنية كالحياد والدقة والموضوعية في معالجتها للقضايا العربية، فريق يرى أن القنوات الموجهة تحاول الالتزام بالحياد قدر الإمكان، وأنه يوجد التزام بالمعايير المهنية إلى حد كبير، وذلك في تحري الدقة وموضوعية العرض مما يجعلها من القنوات الأكثر مشاهدة ومتابعة لدى الشعوب العربية خاصة النخبة وقاعدة المثقفين، ولكن فريق آخر يجد أنها تحاول أن تبدو مهنية، ولكنها في النهاية فهي قنوات موجهة تخدم سياسات الدول الممولة لها.

ويرى فريق ثالث أن كلمة الحياد ليست واقعية من الأساس، ويتمثل مقياس تقييم مدى موضوعية القناة الإخبارية في عرض أكثر من خبر يتعلق بنفس الحدث أو عرض أكثر من تغطية لنفس الحدث بالصوت والصورة، أو إجراء مقابلات مع النخبة أو الخبراء في مجال تفسير ما وراء الحدث مما يتيح الرأي والرأي الآخر.

- أما عن درجة ثقة الباحثين في معالجة القنوات الأجنبية الإخبارية الموجهة أخذت قناة سكاي نيوز عربي درجة عالية من قبل العينة قناة فرونس 24 درجة متوسطة، بينما تراجعت الثقة في قناتي الحرّة وروسيا اليوم.

- اتفقت اغلب عينة الدراسة على ان هناك تأثيرا يحدث على إدراك الجمهور للقضايا وفقا لما يعرض على القنوات الموجهة، ولكن هذا التأثير قد يختلف باختلاف المتغيرات الديموغرافية كالمستوى التعليمي والمرحلة العمرية.

- أما عن مستقبل القنوات الأجنبية الموجهة فترى العينة أنه مرهون بمدى قدرتها على التكيف مع المتغيرات التكنولوجية والرقمية التي يشهدها العالم، وأوضح الخبراء ان هذه القنوات في تزايد مستمر، وان تقنيات الذكاء الاصطناعي ستسهم بشكل كبير في سهولة وصول أيديولوجيات هذه القنوات لجمهورها المستهدف بشكل أكثر دقة وجاذبية وسرعة.

2.9. الدراسات السابقة التي تناولت المعايير المهنية وأخلاقيات التغطية الإخبارية في مختلف وسائط الإعلام الجديد والوسائل الإعلامية.

الدراسة 01: أسماء قرشوش، الموضوعية في المعالجة الصحفية للثورات العربية في الصحافة العربية المكتوبة، الجزائر، مصر، تونس أنموذجا دراسة تحليلية مقارنة 2019. (1).

انطلقت الدراسة من تساؤل رئيسي مفاده: ما مدى التزام صحف الدراسة بالموضوعية في معالجة أحداث الثورات العربية؟ اعتمدت الدراسة على منهج المسح بالعينة، و تم اعتماد أسلوب تحليل المحتوى باستخدام أداة استمارة تحليل، أما عينة الدراسة التحليلية في ثلاثة صحف، وهي يومية الشروق الجزائرية، ويومية اليوم المصرية، ويومية الصباح التونسية باعتبارهم الأكثر مقروئية، وتم تحديد فترة الدراسة ابتداء من 16 ديسمبر 2010 إلى 24 نوفمبر 2011، وكان اختيار العينة بطريقة قصدية، ومن أهم النتائج التي توصلت الي هذه الدراسة ما يلي:

- ركزت الصحف الثلاث على الخبر الصحفي، وهذه نتيجة حتمية كون الصحف يومية الإصدار ثم جاء التقرير في المرتبة الثانية، وجاء الحديث الصحفي في المركز الأخير.

- صحفيي المصري اليوم والصباح كانتا الأكثر اهتماما بتوظيف الصور الحية، واعتماد صحيفة الشروق على الأرشفة أضعف جانب الصورة وقوتها.

(1) -أسماء قرشوش، الموضوعية في المعالجة الصحفية للثورات العربية في الصحافة العربية المكتوبة، الجزائر، مصر، تونس أنموذجا دراسة تحليلية مقارنة أطروحة دكتوراه، علوم كلية علوم الاعلام والاتصال، قسم الاعلام والاتصال، 2018-2019.

- معظم صور المصاحبة للمواد الخبرية في صحف الدراسة كانت مجهولة المصدر (لم يتم فيها أي إشارة لاسم المصور أو المصدر الذي أخذت منه الصورة)، وقد أخذت صحيفة الشروق أعلى نسبة 48.51%.

- وجود نوع من التوافق بين صحف الدراسة من حيث درجة الحياد وعدم التحيز في معالجة الأحداث وسجلت الشروق أعلى نسبة حياد 34.63%.

- كشفت نتائج الدراسة عن درجة الاختلاف الواضح في النسب المتحصل عليها في طرح ومعالجة القضايا.

- كما كشفت نتائج الدراسة فيما يخص التوازن في عرض وجهات لنظر، عن وجود توافق بين الصحف من حيث التوازن في عرض وجهات النظر، تحديدا وجهات النظر المؤيدة للثورات العربية.

- كشفت نتائج الدراسة عن وجود توافق إيجابي بين صحف الدراسة من ايراد الوقائع المؤكدة من مصادرها الاصلية وارتكاز الخبر على حقائق ثابتة بالأدلة، وكانت أعلى نسبة لصحيفة الصباح التونسية.

- اتفقت صحف الدراسة إلى حد بعيد في استيفاء قاعدة الشمول والاكتمال، حيث تمت الإجابة على كل أو معظم الأسئلة المرجعية مع وجود اختلاف في النسب المتحصل عليها بين الصحف كون صحيفة الشروق اليومي كانت أقل حرصا على استيفاء قاعدة الشمول وهذا راجع إلى تركيزها على المقابلات الصحفية ولم تركز على الأنية في معالجتها للأحداث.

- رغم أن صحف الدراسة الثلاثة أدخلت نوعا ما ببعض القيم المهنية كما هو موضح في فئة الموضوعية وعناصرها الا ان الصحف التزمت أخلاقيا بالمسؤولية الصحفية الملقاة على عاتقها.

الدراسة 02: بشرى داود سبع السنجري، أخلاقيات التغطية الإخبارية التلفزيونية لمناطق النزاع من وجهة نظر النخبة الأكاديمية، معارك تحرير الموصل أنمو دجا، 2018.⁽¹⁾

انطلقت الدراسة من مشكلة بحثية وهي: ما مدى التزام القنوات التلفزيونية العراقية بأخلاقيات التغطية التلفزيونية من وجهة نظر النخبة الأكاديمية؟ واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي لدراسة الجمهور بالاعتماد على الاستبيان كأداة للبحث على عينة حجمها 50 مفردة من النخبة الأكاديمية من جامعة بغداد، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

- أظهرت نتائج الدراسة بشأن حدود متابعة العينة لأخبار معارك تحرير الموصل أن أكثر من نصف العينة تتابع أخبار عمليات التحرير بشكل دائم.

- اتفقت العينة من النخبة الإعلامية والأكاديمية في ترتيب كثافة التعرض ونسبتهما على نحو متماثل بلغت 23.2%.

- أوضحت إجابات الباحثين أن أسباب تفضيل هذه القنوات لمتابعة أخبار تحرير الموصل جاءت بالترتيب: التغطية الفورية 38.8% ثم المصدقية والموضوعية في تناول الحدث، وتغطيتها لأحداث بشكل منتظم المرتبة الثانية بنسبة 25% لكل منهما أما فئة تزويدي بالمعلومات عن مجريات الأحداث فجاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 22.2%.

- أظهرت النتائج بشأن التساؤل عن مدى ثقة عينة الدراسة في الأخبار التي تعرضها القنوات العراقية، فقد استشرت قناة العراقية بالمرتبة الأولى، وأن أكثر من نصف العينة يثق بالأخبار التي تبثها هذه القناة.

- أظهرت النتائج بشأن التساؤل عن مدى التزام القنوات التلفزيونية العراقية بالمعايير الأخلاقية لتغطية معارك تحرير الموصل من حيث معالجة المعلومات وعرضها حيث حلت العبارات: تتحرى صحة المعلومات وتنسب الأخبار إلى مصادرها الحقيقية بنسبة 81.3%، تلتزم الأمانة والصدق في نقل الأخبار 76.7%، تراعي التوازن من خلال طرحها لوجهات النظر 74.4%، وتحرص على الحياد والموضوعية في تغطيتها للأخبار.

⁽¹⁾ - بشرى داود سبع السنجري، أخلاقيات التغطية الإخبارية التلفزيونية لمناطق النزاع من وجهة نظر النخبة الأكاديمية، معارك تحرير الموصل أنمو دجا، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال العدد 31 أبريل - يونيو 2018. ص 92_108.

- أوضحت النتائج بشأن التساؤل عن مدى التزام القنوات التلفزيونية العراقية بالمعايير الأخلاقية من حيث أخلاقيات استخدام الصورة، حيث حلت عبارة موافق في الترتيب الأول للعبارة الإيجابية لا تتلاعب بالصورة بل تنقل الصور الواقعية من المعارك بنسبة 81.3%، تراعي عوائل الشهداء عندما صورها 65.1%، لا تعرض الصور الصادمة والمروعة بنسبة 11.6% هذه النتائج تؤكد على الموضوعية، وتحقيق الموازنة في عرض الصور.

- أوضحت النتائج مدى التزام القنوات العراقية بعناصر المسؤولية الاجتماعية من وجهة نظر معظم أفراد العينة حيث حلت فئة جيد الترتيب الأول بالنسبة للعبارة الإيجابية بنسبة 90.6%، أسهمت التغطية الإعلامية لمعارك تحرير الموصل في تعبئة الجمهور لدعم وتأيد القوات المسلحة بنسبة 81.3%، هذه النتائج تؤكد مدى مراعاتها لحدود المسؤولية الاجتماعية.

الدراسة 03: ياسر عبد الغفور، دور المصادر في بناء تحيزات التغطية الخيرية حول حصار غزة دراسة وصفية على عينة من الصحف الفلسطينية اليومية، 2015،⁽¹⁾

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور المصادر الإعلامية والأولية في بناء التحيزات التغطية الخيرية لحصار غزة في صحف الدراسة، تنتمي الدراسة إلى البحوث الوصفية، وفي إطارها تم استخدام منهج الدراسات المسحية، وفي إطاره تم استخدام اسلوبي تحليل المضمون ومسح أساليب الممارسة ومنهج دراسة العلاقات المتبادلة وتم توظيف اسلوبي المقارنة المنهجية والدراسات الارتباطية، وشملت عينة الصحف القدس والحياة الجديدة وفلسطين، وتمتد عينة الفترة الزمنية ما بين 1 جانفي 2013 و 31 ديسمبر 2013، أجرى اختبار 60 عددا من كل صحيفة عن طريق عينة عشوائية منتظمة، أما عينة القوائم بالاتصال فأخذ لباحث بالعينة المتاحة وتتكون من 50مبحوثا من مجتمع الدراسة المكون من 141صحفيا، ومن أهم نتائج الدراسة ما يلي:

-تباين في اهتمام صحف الدراسة بتغطية حصار غزة، وجاءت صحيفة فلسطين ب 207 مادة خبرية ثم القدس ب 126 مادة ثم الحياة ب 95.

⁽¹⁾ -ياسر عبد الغفور، دور المصادر في بناء التحيزات التغطية الخيرية حول حصار غزة، دراسة وصفية على عينة من الصحف الفلسطينية اليومية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم الصحافة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2015.

-وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصحف في الاعتماد الإعلامية، فقد حظيت المصادر المجهلة بالأغلبية في صحيفة القدس بنسبة 51.6% بينما جاءت المصادر الخارجية في المرتبة الأولى بصحيفة الحياة الجديدة بسبة 43.2%، في حين احتلت المصادر الذاتية المرتبة الأولى في صحيفة فلسطين بنسبة 50.2%.

-غالبية تغطية حصار غزة في صحف الدراسة جاءت أحادية المصدر وعبرت عن وجهة نظر واحدة.

-اتجاه التحيز هو الغالب في تغطية الصحف لحصار غزة حيث غلب التحيز الإيجابي في صحيفة فلسطين بنسبة 98.8%، وجاء التحيز السلبي في صحيفة الحياة الجديدة بنسبة 77.4%، وتقاربت نسبة الاتجاهين في صحيفة القدس مع تقدم الاتجاه السلبي بنسبة 52.6%.

-من أهم نتائج القائم بالاتصال التوافق مع اهتمامات القراء، ومراعاة السياسة التحريرية يأتي في مقدمة دوافعهم لاختيار مصادر معينة لتغطية أخبار حصار غزة، وأن السياسة التحريرية تأتي في مقدمة الأسباب والعوامل المسؤولة عن التحيز في التغطية الخبرية لحصار غزة، ويليهما بيئة الانقسام الفلسطيني.

الدراسة 04: قيس سعود البدر، مدى التزام الصحافة المطبوعة وصحافة الأنترنت بالمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي، 2012.⁽¹⁾

تحدد مشكلة الدراسة في التعرف إلى طبيعة المعايير المهنية بين نوعين من أنواع الصحافة: الصحافة اليومية المطبوعة مقارنة بصحافة الأنترنت، وانطلقت من تساؤل رئيسي: ما مدى التزام الصحافة المطبوعة وصحافة الأنترنت بالمعايير المهنية من وجهة نظر جمهور المتلقين والمستخدمين الكويتيين؟ واعتمدت على المنهج الوصفي المسحي وعلى عينة عشوائية قوامها 375 مفردة من فئة الطلبة، وفئة الإعلاميين الكويتيين، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أفضلية واضحة للصحافة المطبوعة على صحافة الأنترنت بسبب ضعف معيار المصادقية في المواقع على الشبكة.

⁽¹⁾ -قيس سعود البدر، مدى التزام الصحافة المطبوعة وصحافة الأنترنت بالمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الأوسط/، عمان، الأردن، أكتوبر 2012.

- أفضلية صحافة الأنترنت على الصحافة المطبوعة بفارق ملحوظ في محور شمولية التغطيات الإخبارية من وجهة نظر أفراد العينة.
 - أفضلية الصحافة المطبوعة على صحافة الأنترنت بفارق كبير في محور موضوعية التغطيات الإخبارية من وجهة نظر أفراد العينة.
 - أفضلية الصحافة المطبوعة على صحافة الأنترنت بفارق ملحوظ في توازن التغطيات الإخبارية من وجهة نظر أفراد العينة.
 - تقارب ملحوظ في تقييم أفراد العينة لمحور التنوع والتعددية في التغطيات الإخبارية بين الصحافة المطبوعة وصحافة الأنترنت.
 - تفوق الصحافة المطبوعة على صحافة الأنترنت في محور دقة التغطيات الإخبارية من وجهة نظر أفراد العينة.
 - أفضلية صحافة الأنترنت على الصحافة المطبوعة بفارق كبير في محور وخاصية التفاعلية من وجهة نظر أفراد العينة.
 - أفضلية الصحافة المطبوعة على صحافة الأنترنت بفارق واضح في محور النزاهة في التغطيات الإخبارية من وجهة نظر أفراد العينة.
- الدراسة 05: فوزية عكاك، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي. 2012. ⁽¹⁾.

سعت هذه الدراسة إلى الكشف عن القيم الخبرية التي تتضمنها صحيفة الخبر ويومية الشروق وحاولت الباحثة التطرق إلى إشكالية مصفوفة القيم الخبرية التي يضعها القارئون بالاتصال في صحيفتي الخبر والشروق اليومي في الحسبان في عملية انتقاء ونشر الأخبار، وماهي العوامل المؤثرة في صياغتها وتشكيلها؟

وللإجابة عن تساؤلات الدراسة اعتمدت الباحثة على منهج المسح بشقيه الوصفي والتحليلي، وقد تم استخدامه على مستوى المضمون والقائم بالاتصال من أداتي تحليل استمارة مضمون واستمارة

⁽¹⁾ - فوزية عكاك القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي، أطروحة دكتوراه، قسم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2012.

استبيان، من خلال تحليل الأخبار الداخلية في الصحيفتين في الفترة ما بين جانفي 2007 إلى غاية ديسمبر 2007. كما تم توزيع الاستمارة على القائمين بالاتصال على مستوى الجريدتين، ومن أهم النتائج التي خلصت إليها هذه الدراسة ما يلي:

- كشفت عن تبني صحيفتي الخبر والشروق اليومي لمصفوفة القيم التي يضعها القائمون بالاتصال في الحسبان في عملية انتقاء ونشر الأخبار الداخلية، وتمثلت القيم الخيرية في صحيفة الخبر في: الضخامة، والحجم، والصراع القرب، السلبية، الاثارة، الشهرة، الاهتمامات الإنسانية، الأهمية، الإيجابية، المصالحة الوطنية، السيادة الوطنية والتنمية، والغربة، والطرافة.

- جاءت القيم الخيرية مرتبة في يومية الشروق اليومي على النحو الآتي: الضخامة، والحجم، الصراع، القرب، الاثارة، السلبية، الإيجابية، الشهرة، الاهتمامات الإنسانية، الأنية، الأهمية، المصالحة الوطنية، الغربة، والطرافة السيادة الوطنية، والتنمية.

- الدراسة 06: نصيرة تامي، المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات العربية المتخصصة دراسة تحليلية مقارنة بين قناتي الجزيرة القطرية والعربية السعودية، 2012⁽¹⁾.

ترتكز مشكلة الدراسة في رصد وتحليل أطر التناول الإعلامي لظاهرة الإرهاب بعد أحداث الحادي عشر من سبتمبر من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات الإخبارية من خلال قناتي الجزيرة والعربية، وكان التساؤل الرئيسي هو: كيف تناولت الفضائيات الإخباريتين الجزيرة والعربية ظاهرة الإرهاب وتداعياتها بعد أحداث 11 سبتمبر؟ وما الأطر الرئيسة المستخدمة في المعالجة الإعلامية لأبرز القضايا الأحداث الإرهابية التي تناولتها عينة البرامج الحوارية محل الدراسة؟ وما الفرق بين الأطر المستخدمة في القناتين محل الدراسة؟

استخدمت الدراسة على المنهج المسح الإعلامي، واعتمدت على تحليل المضمون عن طريق استمارة تحليل، أمّا عينة الدراسة فكانت قصدية وأجريت في الفترة الممتدة ما بين 11 سبتمبر 2001

⁽¹⁾ - نصيرة تامي، المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات العربية المتخصصة، دراسة تحليلية مقارنة بين قناتي الجزيرة القطرية والعربية السعودية، أطروحة دكتوراه، كلية الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام، جامعة الجزائر3، 2012،

ونهاية ديسمبر 2007، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

-توصلت الدراسة ان كلتا القناتين اعتمدتا على نوع البرامج الحوارية الحية المباشرة.

-توصلت الدراسة التحليلية الكمية فيما يخص مدى التوازن معالجة القضايا في القناتين إلى اعتماد عينة الدراسة التحليلية في عرض قضايا الإرهاب البارزة على أكثر من وجهة نظر بنسبة 57.73%، ويرجع ذلك ان كلتا القناتين اتفقتا على عرض أكثر من رأي لشخصيات هامة حول قضايا الإرهاب البارزة.

-احتلت قضايا الإرهاب التي تتضمن وجهتي نظر الترتيب الثاني بنسبة 26.80% من اجمالي قضايا الإرهاب المثارة عي عينة البرامج الحوارية وهنا تتفوق قناة العربية بنسبة 33.33%، أما قناة الجزيرة قدرت ب 21.81%.

-جاءت قضايا الإرهاب التي تتضمن في عرضها وجهة نظر واحدة في الترتيب الأخير بنسبة 15.46%.

-أوجه الاتفاق والاختلاف في أسلوب تقديم القضايا ونوعية المعالجة، تم التوصل إلى أن قناة الجزيرة ركزت على استخدام أسلوب الاستمالات العاطفية بنسبة 56.36%، أي تبنت المعالجة الدعائية القائمة على التهويل، أما قناة العربية فقد استخدمت الاستمالات العقلانية بنسبة 100%، حيث اعتمدت على أسلوب موضوعي متوازن تغلب عليه المحاولة التقريرية الموضوعية، أي تبنت معالجة تحليلية تفسيرية بحتة.

الدراسة 07: عبد الكريم على الديبسي، المعايير المهنية في الصحافة الالكترونية الأردنية، دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية في الصحافة الالكترونية الأردنية، 2011⁽¹⁾

تبحث الدراسة في مشكلة ازدياد عدد الصحف الإلكترونية الصادرة في الأردن دون محددات أو شروط حول طبيعة الممارسة المهنية التي ينبغي توافرها في العمل لصحفي، وتنطلق الدراسة من تساؤل مفاده: ما مصير ومستقبل المهنة ومعايير العمل المهني في الصحافة الإلكترونية الأردنية؟

واعتمدت لدراسة على المنهج الوصفي التحليلي عن طريق المسح بالعينة للصحفيين العاملين في الصحافة الإلكترونية الأردنية عن طريق الاستبيان لقياس آراء الصحفيين عن واقع المعايير المهنية في

⁽¹⁾ -عبد الكريم على الديبسي، المعايير المهنية في الصحافة الالكترونية الأردنية دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية في الصحافة الالكترونية الأردنية. قسم الصحافة والاعلام جامعة البتراء، الأردن، 2011،

الصحافة الإلكترونية وعددهم 120 مفردة، ومن أهم النتائج التي خلصت إليها هذه الدراسة ما يلي:

- هناك مآخذ عديدة على الأساليب التي تعتمد عليها الصحافة الإلكترونية الأردنية.
 - نشر بعض الأخبار دون التأكد من مصداقيتها.
 - لا تذكر دائما مصادر أخبارها وتقاريرها، وتحذف بعض الأخبار من مواقعها بسبب عدم صحتها.
 - عدم التزامها أحيانا بقواعد التحرير الصحفي، وتنشر ما يشكل انتهاكا للحرية الشخصية أو القذف أو التشهير، أو ما يتضمن اتهامات دون توفر الأدلة الكاملة.
 - كشفت النتائج ان هناك ضعف في اعتماد الصحافة الإلكترونية الأردنية المعايير المهنية المتمثلة: في الموضوعية الدقة، المصداقية، والحياد في نشر الأخبار والتقارير.
 - من أهم العوامل المؤثرة على تطبيق المعايير المهنية في الصحف الإلكترونية الأردنية هي عامل السعي لتحقيق السبق الصحفي وعامل سعي القائمين على الصحيفة الإلكترونية لتحقيق مصالح خاصة.
- الدراسة رقم 08: (Rasha A Abdullah وآخرون) المصداقية في أخبار الصحف، التلفزيون، والأخبار عبر الأنترنت the Credibility of Newspapers Television News And Online News 2002⁽¹⁾.

تهدف الدراسة إلى معرفة مدى مصداقية الأخبار التي تنشر على الصحف، وتبث على التلفزيون، والأخبار التي تنشر عبر الأنترنت، حيث عمدت الدراسة إلى الكشف عن مدى مصداقية الأخبار من خلال تطبيق المنهج الوصفي الاستكشافي، بالاستناد إلى عينة وطنية مكونة من 50 ولاية من الولايات المتحدة الأمريكية، حيث تم جمع البيانات من المستجوبين عن طريق المسح الهاتفي، وتم تحديد العينة باستخدام عينة طبقية متناسب مع عدد سكان الولايات المتحدة الأمريكية المختارة باستخدام النسب المتساوية وتمت المقابلات الهاتفية بإجراء مكالمات كاملة باستخدام نموذج الاتصالات الرقمية العشوائية، وشملت العينة 536 مفردة، أما الفترة الزمنية لهذه الدراسة كانت من 04 إلى 07 فيفري 2002.

⁽¹⁾ - (Rasha A Abdullah وآخرون) المصداقية في أخبار الصحف، التلفزيون، والأخبار عبر الأنترنت the Credibility of Newspapers Television News And Online News دراسة مقدمة من مجموعة من الباحثين في إطار مؤتمر سنوي للاتصال الجماهيري والمجتمع، جامعة ميامي، 2002

شملت أداة المسح الابعاد الاثني عشر (12) لقياس مصداقية الأخبار، والتي وضعها كل من جازيانو Gaziano، وماكرتي McGrath 1986 وهي (الثقة، الحياد وعدم التحيز، الأنصاف، الاكتمال الموضوعية، الصدق، التوازن، النزاهة، المصداقية، التوقيت....) باستخدام سلم ليكرث الخماسي.

انطلقت الدراسة من سؤالين أساسيين هما: ماهي المكونات الأساسية لمصداقية أخبار الصحف وأخبار التلفزيون والأخبار على شبكة الأنترنت؟، وماهي أوجه التشابه والاختلاف الموجودة في ابعاد مصداقية الأخبار الصحف وأخبار التلفزيون وأخبار على شبكة الأنترنت؟

من أهم نتائج هذه الدراسة ان هناك أوجه تشابه في كيفية استخدام كل وسيلة من قبل المبحوثين، مع اختلافات أساسية من حيث تقييم المبحوثين لمصداقية الأخبار المقدمة في كل من الصحف والتلفزيون والأنترنت، حيث جاءت إجابات المبحوثين إيجابية من حيث حداثة الأخبار المقدمة وفي الوقت المناسب، لكنها أكثر سلبية من حيث التحيز والاكتمال، مصداقية الأخبار في الصحف والتلفزيون أكثر إيجابية منها على الأنترنت، حيث كان مستخدمي الأنترنت أكثر سلبية من قراء الصحف ومشاهدي الأخبار.

دراسة رقم 09: سيسلي جازيانوGaziano Cecilia ، وكرستين مكارثيMcGrath Kristin

Measuring the concept of Credibility ، قياس مفهوم المصداقية.1986⁽¹⁾

هدفت هذه الدراسة إلى وصف وقياس مفهوم المصداقية في وسائل الإعلام من خلال الإجابة على مجموعة من الأسئلة البحثية المقدمة في إطار هذه الدراسة، أولها رؤية في أبعاد المصداقية، قدرة المشاهدين على التفريق بين الأخبار الصادقة في الصحف والأخبار الصادقة في وسائل الإعلام الأخرى. وإشكالية المصداقية في المعالجات الإخبارية انطلاقاً من الدراسات السابقة التي تمت على مدار خمسة عقود من البحث في مفهوم المصداقية في وسائل الإعلام، والتي طرحت العديد من التساؤلات حول إشكالية المصداقية في هذه الوسائل، حيث قام الباحثان بوضع مجموعة من العوامل Factor Credibility لقياس المصداقية.

⁽¹⁾ -دراسة بعنوان: قياس مفهوم المصداقية Credibility of Concept the Measuring للباحثين سيسلي جازيانو Gaziano Cecilia، وكرستين مكارثي McGrath Kristin، وهي دراسة ميدانية مسحية منشورة في مجلة الصحافة الفصلية Quarterly Journalism، وهي جريدة مختصة في الصحافة والاعلام الجماهيري. 1986

وظفت الدراسة المنهج المسحي من خلال عينة شملت مجموعة من المستجوبين البالغين الذين تتراوح أعمارهم ما بين من (18 و 24 و 65) عاما من الولايات المتحدة الأمريكية، والعينة ضمت مجموعة من ذوي التعليم المنخفض، والدخل المنخفض ومجموعة من ذوي التعليم العالي، والدخل المرتفع والمقدرة إجمالاً ب 923 مفردة.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج ركزنا على نتائج البعد الأول، والمتمثل في عناصر المصدقية، حيث قام الباحثان بوضع وتحديد 12 عاملاً من عوامل المصدقية أطلقا عليها الباحثان تسمية أبعاد المصدقية Credibility Of Dimensions أهمها العدل في تناول القضايا، عدم التحيز، أن تكون الأخبار جديرة بالثقة، واقعية، دقيقة، منصفة، الاكتمال، النزاهة، الموضوعية، التوازن، الأنصاف، فصل الرأي عن الخبر، احترام الخصوصية، تراعي الأخلاقيات العامة.. كما أظهرت النتائج العامة للدراسة ارتفاع مستوى مصداقية كل من الصحافة المكتوبة، والتلفزيون مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، وإن أخبار التلفزيون المحلية تستحوذ على اهتمام المشاهدين

3.9. التعليق على الدراسات والبحوث السابقة:

- إن العديد من الدراسات السابقة تناولت معالجة القنوات الأجنبية والعربية الإخبارية إلا أن الملاحظ هو قلة الدراسات التي اهتمت بقواعد هذه المعالجة الإخبارية.
- ركزت المشكلات البحثية لبعض الدراسات السابقة على دراسة اتجاهات النخبة أو تقييم الإعلاميين والأكاديميين لتغطية الإعلامية لبعض هذه القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية.
- تنوعت المقاربات النظرية المستخدمة في البحوث والدراسات السابقة ما بين نظرية حارس البوابة، ونظرية ترتيب الأولويات، ونظرية الأطر الإخبارية، ونظرية المسؤولية الاجتماعية.
- ركزت بعض الدراسات السابقة على دراسة القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية دراسة تحليلية كان الهدف منها التعرف على كيفية معالجة وتغطية هذه القنوات لقضايا المجتمع العربي.
- كل الدراسات السابقة دراسات وصفية، ومنه المنهج المستخدم الغالب هو منهج المسح الإعلامي عن طريق أدوات استمارة تحليل محتوى أو استمارة استبيان أو هما معا.
- تنوعت الدراسات السابقة من حيث مجتمعات الدراسة وعينات التحليل في فترات زمنية متفاوتة.

4.9. أوجه الاستفادة من الدراسات والبحوث السابقة:

تتميز الدراسة الحالية بأنها تتناول القواعد المهنية للتغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية، وتقييم مدى التزام كل من قناتي BBC وFRANCE24 بهذه القواعد المهنية من طرف الأساتذة الجامعيين من قسم الإعلام والاتصال والصحفيين من مختلف المؤسسات الإعلامية الجزائرية، وتعتبر من الدراسات القليلة التي حاولت ان تضبط بعض المفاهيم المتقاربة الخاصة بتقييم التغطية الإخبارية التلفزيونية، وأنها ركزت على القواعد المهنية في التغطية الإخبارية، وحاولت كشف تطبيقها من خلال الدراسة التحليلية والميدانية، ولأن البحث العلمي عملية تراكمية والدراسات السابقة تمكن الباحث من معرفة ما وصل اليه سابقوه حتى يكمل مسار بحثه ويحقق أهدافه.

ويمكن تحديد أوجه الاستفادة من هذه البحوث والدراسات السابقة على عدة مستويات هي:

المستوى الأول: وهو خاص بما قدمته هذه الدراسات من مفاهيم ومقاربات نظرية عن التغطية الإخبارية التلفزيونية وآليات تطبيقها، كما قدمت عددا من المؤشرات الخاصة باتجاهات وتقييم النخبة (الإعلاميين والأكاديميين) لهذه القنوات، والتي يمكن تطويرها في شكل فروض وتساؤلات.

المستوى الثاني: ويتمثل في الاستفادة من الدراسات السابقة في تزويد الباحثة بالكثير من الأفكار والأدوات والإجراءات التي تمكنها من تحديد مشكله الدراسة بشكل دقيق، وبلورة الخطة المنهجية، والاختيار الأمثل لأدوات الدراسة، وصياغة التساؤلات والفرضيات بما يتلاءم مع أهداف الدراسة.

المستوى الثالث: الاستفادة مما ورد من فيها من نتائج سواء الدراسات التحليلية أو الميدانية ومناقشتها مما أسهم في تعزيز بعض النتائج وتأكيدا أو نفيها، خاصة الدراسات التي ركزت على تقييم المعالجة الإخبارية في القنوات الأجنبية الإخبارية الناطقة بالعربية محل الدراسة، والتي على قلتها كانت فيها بعض الإشارات على بعض القواعد في دراسات تحليلية أو ميدانية لمحتوى القنوات محل الدراسة رفقة قنوات أجنبية إخبارية ناطقة بالعربية أخرى، والتي حاولت الباحثة أن تقارن بينها وبين ما توصلت اليه من نتائج، أما الدراسات السابقة الدراسات السابقة التي تناولت المعايير المهنية وأخلاقيات التغطية الإخبارية في مختلف وسائط الإعلام الجديد والوسائل الإعلامية، فكانت زاد للباحثة من الناحية المنهجية، وخاصة الدراسات التي ركزت على القيم المهنية في التغطية في الصحافة الإلكترونية .

10. صعوبات البحث:

إن وجود صعوبات في طريق إنجاز البحث العلمي من الأمور المتوقعة خاصة في رسائل الدكتوراه، ولقد واجهت الباحثة العديد من الصعوبات يمكن إجمالها كما يلي:

-عدم وجود دراسات سابقة في مجال القواعد المهنية للتغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية الإخبارية عموماً، مما جعل الباحثة تجتهد في تحديد مصطلح القواعد المهنية.

-وجدت الباحثة صعوبات في الدراسة التحليلية في الوصول إلى أرشيف القنوات، فلم تجد أرشيف للمرحلة الزمنية المدروسة، مما اضطرها إلى تغيير الفترة الزمنية، وتسجيل النشرات يوميا مما أخذ منها وقتا وجهدا.

-وجدت الباحثة صعوبة في توزيع استمارة الاستبيان الخاصة بالصحفيين في القنوات الإخبارية الجزائرية، وفي كل مرة كانت تطبع الاستمارات وترسل، ولكن يمنع توزيعها، وقد أخذ هذا الأمر أكثر من سنتين، أما استمارة الأساتذة فقد وزعت الكترونيا وأخذ الأمر أكثر من شهر للرد عليها.

- وجدت الباحثة صعوبة الوصول إلى بعض الدراسات الأجنبية، والتي من الممكن أن تثري الدراسة وتدعمها، ولكن لم تستطع الباحثة الوصول إليها، وأيضا كون الباحثة لم تستفد من أية منحة علمية خارج الوطن طيلة مدة إنجاز هذه الدراسة، وهذا للأسباب خاصة.

الإطار النظري

الفصل الثاني:

الخلفية النظرية للدراسة

- المبحث الأول: نظرية حارس البوابة
- المبحث الثاني: نظرية الأجندة: "ترتيب الأولويات"
- المبحث الثالث: نظرية الأطر الإخبارية
- المبحث الرابع: نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام

تمهيد:

إن تحديد واختيار المقاربات النظرية المعتمدة تعتبر خطوة رئيسية في البحث العلمي، وهي التي ستحدد لاحقاً اختيار المنهج وأدوات جمع البيانات...، ولما كانت العملية الإخبارية عملية معقدة وتتدخل فيها عدة عوامل كان لزاماً على الباحثة من أجل التفسير الاعتماد على عدة مقاربات نظرية تمكنها من قياس المحتوى الإعلامي وفق تفسيرات منطقية وهي: نظرية حارس البوابة، ونظرية الأجندة، ونظرية الأطر الإخبارية، ونظرية المسؤولية الاجتماعية.

المبحث الأول: نظرية حارس البوابة

من المهم معرفة أن كل محتوى صادر عن أي وسيلة إعلامية هو منتج تمت صناعته، واختيار مكوناته بناءً على وجهة نظر واحدة أو أكثر، وهذا لوحده كاف لنفي مفهوم الحياد الذي ترفعه بعض الوسائل الإعلامية شعاراً لها، وكل وسيلة إعلامية تعمم مسار الخاص بها للإنتاج المحتوى الإعلامي، وفق سياستها ومعاييرها الإعلامية لضمان وصول المحتوى الإعلامي الذي يعبر عن هوية مؤسستها وأهدافها الاستراتيجية على الجمهور المستهدف، ويضم صناعة المحتوى الإعلامي عدداً من المخططات الأساسية التي تم خلالها اتخاذ القرار في مضمون، وشكل، وسرعة وصول المحتوى الإعلامي للجمهور المستهدف هذه العملية تسمى في الدراسات الإعلامية نظرية حارس البوابة.

المطلب الأول: مفهوم حراسة البوابة:

مرّ مفهوم حراسة البوابة بعدة مراحل متداخلة ومتراطة ومتواصلة تحمل كل مرحلة منها إرث المرحلة التي سبقتها وتتكامل معها في تشكيل المحددات العامة للمفهوم، وإن حدث تغيير في زاوية الرؤية للمفهوم من مرحلة إلى أخرى إلا أن بعض المراحل كانت تقوم بإنتاج المراحل السابقة لاختبارها، أو لاستمرار اقتناعها بها، وهو ما يعني أن التطور الزمني لمفهوم حراسة البوابة لا يلغي التصورات القديمة عنه، أو التفسيرات المرتبطة بطبيعة العوامل المؤثرة فيه بل وقد تتواجد في ذات الفترة الزمنية دراسات تنتمي إلى رؤى ومراحل مختلفة، وتقدم كل منها تصورات خاصة لمفهوم وعملية حراسة البوابة.

ومنه فإن مفهوم حراسة البوابة يعني "السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر. حتى يصل في النهاية

إلى الجمهور المستهدف".

-حراسة البوابات الإعلامية "هي عملية اختيار عدد لا يحصى من المعلومات وصياغتها في عدد محدود من الرسائل تصل إلى الناس كل يوم وهذا هو محور دور الإعلام في الحياة العامة الحديثة، لا تحدد هذه العملية المعلومات التي يتم اختيارها فقط، ولكن أيضا المحتوى وطبيعة الرسائل مثل الأخبار التي ستتم إذاعتها"⁽¹⁾.

وتستند نظرية حارس البوابة إلى مجموعة من الافتراضات⁽²⁾:

1-إن حركة تدفق المعلومات والأخبار تمر في سلسلة متصلة من الحلقات التي تقف في كل منها أشخاص يتمتعون بالقدرة والسلطة على السماح لها أو حجبها أو تعديلها زيادة أو نقصان.

2-إن هؤلاء الأشخاص هم حراس لظم سياسية واجتماعية ثقافية واقتصادية وهم جزء من تلك المنظومات بحكم انتمائهم إليها أيديولوجيا أو بنائيا أو بحكم الضغوط التي تمارس عليهم من قبل أذرع السلطة السائدة أو المؤسسة الإعلامية التي يعملون فيها. وأحيانا بسبب العوامل التكنولوجية التي لا يمكن لها أن تظهر جوانب الظاهرة كافة في كل الأحوال.

3-إن حراس البوابات بحكم مناصبهم يسيطرون على خطوط تدفق المعلومات المتاحة لهم، وبالتالي يتحكمون بما تتاح لنا قراءته وسماعه ومشاهدته من معلومات وأخبار وآراء، مما سيكون له تأثير في درجة فهمنا واطلاعنا على ما يجري حولنا، ومن ثم سيكون له تأثير في تكوين الاتجاهات ووجهة نظرنا عن هذا العالم.

⁽¹⁾ -تأثير حارس البوابة على المضامين الصحفية 19-05-2015 <https://m.annabaa.org/Arabic> تاريخ الدخول 25 جوان 2019.

⁽²⁾ -بحاث حسب فهر هدايني، المراسل التلفزيوني والعوامل المؤثرة في إنتاج المادة الاخبارية، مطبعة المديرية العامة للمكتبات العامة في إقليم كوردستان، العراق، 2018م، ص 115.

المطلب الثاني: نشأة نظرية حارس البوابة الإعلامية:

ترجع نشأة نظرية حارس البوابة الإعلامية إلى العالم النمساوي ذو الأصل الأمريكي الجنسية "كيرث لوين" والذي تعد دراساته من أفضل الدراسات المنهجية في مجال حارس البوابة حيث يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ القرارات بما يدخل ويخرج، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية، تزداد المواقع التي يصبح فيها سلطة فرد أو عدة أفراد تقرر ما إذا كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات به أهمية كبيرة في انتقال المعلومات⁽¹⁾.

وقد أجريت في الخمسينات سلسلة من الدراسات التي ركزت على الجوانب الأساسية لعملية "حراسة البوابة" دون أن تستخدم بالضرورة هذا المصطلح وقدمت تلك الدراسات تحليلاً وظيفياً لأساليب التحكم في غرفة الأخبار، والإدراك المتناقض لدور ومركز العاملين في الوسيلة الإعلامية، ومصادر أخبارهم، والقيم التي تؤثر في انتقاء وتقديم الأخبار وقام بهذه الدراسات مجموعة من الباحثين الأمريكيين أمثال "بريد Breed" و"كارتر carter" و"ستارك Stark" و"جبر Geber" و"جاء jadd" و"ايت white".

وأشارت هذه الدراسات إلى "أن الرسالة الإعلامية تمر بمراحل عديدة وهي تنتقل من المصدر حتى تصل إلى المتلقي، وتشبه هذه السلسلة المكونة من عدة حلقات، أي وفقاً لاصطلاح نظرية المعلومات، فالإتصال هو مجرد سلسلة متصلة الحلقات، وأبسط أنواع السلاسل هي سلسلة الإتصال المواجهي بين فردين، ولكن هذه السلاسل في حالة الإتصال الجماهيري تكون طويلة جداً حين تمر المعلومات بالعديد من الحلقات أو الأنظمة المتصلة، كما هو الحال في الصحف والراديو والتلفزيون، فالحدث الذي يقع في الهند مثلاً يمر بمراحل عديدة قبل أن يصل إلى القارئ أو المستمع أو المشاهد في مصر أو الولايات المتحدة، وقدر المعلومات التي يخرج من بعض الحلقات قد تكون أكبر مما يدخل فيها وهذا ما يطلق

(1) -حسن عماد مكاوي-عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، 2007م، ص 297. وجهان رشقي، الأسس العلمية لنظريات الاعلام، ط3، دار النهضة، القاهرة، 1993م، ص 294.

عليه "شانون" أجهزة التقوية" (1).

ومن الحقائق الأساسية التي أشار إليها "كيرت ليوين" أن هناك في كل حلقة بطول السلسلة فردا ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي إلى الحلقات الآتية أو سيزيد عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماما، ومفهوم "حراسة البوابة" يعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته، وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدف، وقد أشار "ليوين" إلى أن فهم وظيفة "البوابة" يعني فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة (2).

المطلب الثالث: القائم بالاتصال ونظرية حارس البوابة

لقد أصبحت المؤسسات الإعلامية في القرن الحادي والعشرين شبكات اتصال ضخمة تتصارع داخلها المصالح، كما أن كل مؤسسة هي في حد ذاتها نظام معقد للسلطة والنفوذ والمراكز وحينما ندرس ما يحدث داخل الجريدة أو محطة الإذاعة أو محطة التلفزيون نشعر بالدهشة من مدى تعقد وتشابك أعمالها، ففي داخل تلك المؤسسات الإعلامية تتخذ يوميا بل وفي كل دقيقة قرارات مهمة وخطيرة، ونظرا لأهمية تلك القرارات بالنسبة للجماهير يجب أن نعرف الأسلوب الذي يتم بمقتضاه اتخاذ القرارات والمراكز أو المناصب التي تنفذ فعلا تلك القرارات وطبيعة القائم بالاتصال، والأمور التي تؤثر على اختيار المواد الإعلامية والقيم والمستويات التي يعتنقها القائمون بالاتصال كي يجب أن نعرف أيضا الظروف والعوامل التي تؤثر على أخبار المضمون فالأخبار هي ما يضعه الصحفيون، وكذا الالتزامات المهنية والأخلاقية التي يفرضها الصحفي على نفسه أو ما تفرضه عليه المؤسسة التي يعمل في إطارها.

1-تعريف القائم بالاتصال:

تتفاوت المفاهيم التي وضعتها المدارس الإعلامية للقائم بالاتصال، فقد اتجهت بعض الدراسات إلى تعريفه من منظور القدرة على التأثير فُعُرف بأنه: «يشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكل أو بآخر

(1) -حسن عماد مكاوي. عاطف عدلي العبد، نظريات الاعلام، مرجع سابق، ص 297.

(2) -جيهان رشتني، مرجع سابق، ص 294-300.

في الأفكار والآراء»⁽¹⁾.

في حين اتجهت دراسات أخرى إلى تعريفه من منظور الدور في عملية الاتصال، فعرفته بأنه: "الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية وتسييرها، وعلى ضوء ما يتمتع به من قدرات وكفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية برمتها"⁽²⁾.

أو أن القائم بالاتصال هو: "أي فرد أو فريق يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد لآخر عبر الوسيلة الإعلامية، أوله علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية"⁽³⁾. وتعرف ماجدة مراد القائم بالاتصال أنه: "أحد العناصر الفاعلة والمؤثرة في بناء أجندة وسائل الإعلام ودوره متداخل ومتشابك مع مختلف القوى في عملية ديناميكية دائرية"⁽⁴⁾.

ويذكر أحمد مرسى أن القائم بالاتصال هو: "المرسل أو الطرف الذي لديه رسالة قد تتضمن بينات أو مهارات أو مبادئ أو اتجاهات، يقوم بإبلاغها وتوجيهها إلى من هم في حاجة إليها، وتسهم في موقف معين، والقائم بالاتصال قد يكون فرداً أو مجموعة أفراد أو هيئة أو مؤسسة"⁽⁵⁾.

ويشير محمد الهاشمي إلى أنه يقصد بالقائم بالاتصال "الطرف الذي يبادر بالاتصال أو يقوم بتوجيه رسالته، وتمر كل المصادر الاتصالية سواء الذاتية أو الشخصية بعمليات متعددة من تفكير وصياغة للفكر، أي: أن المرسل يقوم بعملية تضمين أفكاره في رسالة يضعها في شيفرة رمزية أمّا كتابة أو لفظاً، ويبعث بها إلى المستقبل الذي يفك الرموز بقصد الفهم والاستجابة والتعبير عن لك برد فعل يُصَوِّغه المستقبل في رسالة رمزية"⁽⁶⁾.

(1) -منال المزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص 139.

(2) -المرجع نفسه، ص 239.

(3) -بخوى الفوال، القائمون بالاتصال، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة، 1993م، ص 5.

(4) -ماجدة مراد العوامل المؤثرة على بناء القائم بالاتصال لأجندة الاخبار في الاذاعة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ال عدد18، القاهرة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2007، ص 203.

(5) -أحمد مرسى، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، مكتبة زهراء الشرف، دط، د سنة، ص 57. نقلا عن كامل أبو ماضي، العوامل المؤثرة على الاداء المهني، مرجع سابق، ص 54.

(6) -محمد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص 31.

يوضح حسن مكاوي وليلى السيد أن القائم بالاتصال هو: "الشخص الذي يبدأ بصياغة الأفكار وتحويلها إلى معان لتوجيهها إلى الرأي العام"⁽¹⁾.

ويذكر خيرى الجميلي أن القائم بالاتصال "هو المسؤول عن إعداد وتوجيه المعلومات والمفاهيم والمهارات التي يحتاجها من يتعامل منهم أفراد أو جماعات في موقف معين رغبة في تحقيق المشاركة بينه وبين من يتعامل معهم"⁽²⁾.

وبالرغم من تعدد التعريفات التي ناقشت مفهوم القائم بالاتصال إلا أنه يوجد عدد من الاعتبارات التي يجب أن تتوافر في هذا المفهوم " أن القائم بالاتصال يكون أمّا فردا أو فريقا منظما أو مؤسسة، ويرتبط مباشرة في إنتاج الرسالة الإعلامية وصياغتها كما ويعد مسؤولا مسؤولية مباشرة عن إسهامه في صياغة الرسالة الإعلامية وإنتاجها"⁽³⁾.

"إن للقائم بالاتصال الذي يقدم لإنتاج الإعلامي أهمية كبيرة ودورا فعالا ومباشرا في إنتاج الرسالة الإعلامية لا تقل بأي حال من الأحوال عن الرسالة أو الوسيلة في فهم التنبؤ بتأثير الاتصال، فتصور المتلقي للقائم بالاتصال أو المصدر يلعب دورا أساسيا في تحديد نتائج عملية الإقناع"⁽⁴⁾.

ويعرف محمد عبد الحميد القائم بالاتصال على " أنه الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها، وقد يكون هذا الشخص هو مصدر الفكرة أو الرأي أو المعلومات، وقد لا يكون مصدرها، وقد يكون المصدر فردا آخر كي يظهر واضحا في حركة عملية الاتصال من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم أفرادها بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات أو الأخبار حتى يقوم بصياغتها أو إعدادها لنشر أو الإذاعة وإرسالها مرة أخرى إلى جمهور المتلقين"⁽⁵⁾، وهو يرى أن هذا المفهوم ممتد كثيرا في كل من يعمل في بناء أو تشكيل

(1) - حسن مكاوي، ليلي السيد، مرجع سابق ص 44.

(2) - خيرى الجميلي الاتصال ووسائله في المجمع الحديث، المكتب الجامعي الحديث، دط، الاسكندرية، 1997م، ص 20 نقلا عن كامل أبو ماضي، العوامل المؤثرة، مرجع سابق، ص 55.

(3) - محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، القاهرة، 2010م، ص 155.

(4) - جهان رشتي: الأسس العلمية لنظريات الاعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985م، ص 293.

(5) - محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، 1997م، ص 25.

الرسالة الإعلامية مهما اختلفت الأدوار والمواقع" (1).

ويعرف القائم بالاتصال في الصحافة "بأنه أحد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية ويتسع مفهومه ليشمل أعضاء الجهاز التحريري الصحفي من محررين، ومندوبين وكتاب ومراسلين، ومصورين ورسامين وأيضاً مختصين بالإخراج، وحيث يتخذون الصحافة مهنة لهم يمارسونها على سبيل الاحتراف" (2). وترى الباحثة أن القائم بالاتصال أو ما يطلق عليه حارس البوابة هو الذي يتولى إدارة وتسيير وتوجيه العملية الاتصالية ويتحدد مصيرها على قدراته وكفاءاته في الاداء.. من هنا يمكن القول بأن القائم بالاتصال هو أي شخص أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات من فرد إلى آخر عبر الوسيلة الإعلامية أو أي فرد آخر له علاقة بتسيير أو مراقبة نشر الرسائل إلى الجمهور عبر الوسيلة الإعلامية.

2-الفرق بين القائم بالاتصال وحارس البوابة:

على الرغم من وجود بعض الدراسات التي أشارت إلى مفهوم القائم بالاتصال باعتباره حارس البوابة إلا أن بعض الباحثين أشار إلى وجود فرقتين رئيسيتين بينهما وهما:

1-من حيث المباشرة في صياغة الرسالة الإعلامية ونتاجها، يسهم القائم بالاتصال فيها بشكل مباشر من خلال قراره بتمرير الرسالة الإعلامية، أو تعديلها، أو حذفها (3).

2-من بحث المسؤولية عن الدور: تكمن مسؤولية حارس البوابة عن قراره بحذف مادة أو تمريرها حتى تصل على المتلقي، وقد يمارس القائم بالاتصال دور حارس البوابة إلا أن الفرق الرئيس في توصيفها يتحدد في مدى الإسهام المباشر في صنع الرسالة الاتصالية والمسؤولية المباشرة عنها (4).

(1) _المرجع السابق، ص 91.

(2) _أسماء حسين حافظ، القائم بالاتصال في الصحافة الاقليمية دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، العدد العاشر (10)، 2001م، ص 113.

(3) _بخوي الفوال قراءة في دراسات القائم بالاتصال، المجلة الاجتماعية القومية المجلد 32 العدد 3، القاهرة، سبتمبر 1996م، ص 105.

(4) _أشرف خوخة، الرقابة في المؤسسات الوصفية، دار المعارف الجامعية، الاسكندرية، 2004م، ص 26.

المطلب الرابع: العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال:

لقد تم تقسيم العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال من طرف العديد من الباحثين إلى أربعة عوامل تشمل معايير المجتمع وقيمه وتقاليده، ومعايير ذاتية، ومعايير مهنية تشمل سياسية الوسيلة الإعلامية ومصادر الأخبار المتاحة، وعلاقة العمل وضغوطه، ومعايير الجمهور.

أولاً: قيم المجتمع وتقاليده:

"يُعد النظام الاجتماعي الذي تعمل في إطاره وسائل الإعلام من العوامل الأساسية التي تؤثر على القائمين بالاتصال، فأى نظام اجتماعي ينطوي على قيم وتقاليد ومبادئ يسعى لإقرارها ويعمل على تقبل المواطن لها" (1).

ويرى وارين بريد (Warren brid) " أنه في الأحوال قد لا يقدم القائم بالاتصال أداءً كاملاً وذلك ليس إغفالاً وإنما احساساً بالمسؤولية الاجتماعية، والحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية، فقد تضحي وسائل الإعلام والاتصال أحياناً بتحقيق السبق الإعلامي، وتتسامح بعض الشيء في واجبها الذي يفرض عليها تقديم كل الأخبار التي تهم الجماهير، وذلك رغبة منها في تدعيم قيم المجتمع وتقاليده، كذلك تعمل وسائل الإعلام على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع مثل الولاء للوطن، واحترام رجال الدين والقضاء، والمجتمعات المحلية وتوقير كبار السن والقادة والأمهات ورجال القوات المسلحة" (2).

ثانياً: المعايير الذاتية للقائم بالاتصال:

«القيم الشخصية تحدد درجة القناعة الذاتية للقائم بالاتصال ومدى فهمه للواقع والاحتياجات الأساسية للمجتمع الذي ينتمي إليه وفكرته عن أفراد مجتمعه ومعتقداتهم وخلفياتهم الثقافية ومصالحهم ومدى اتفاق الموضوعات التي يطرحها القائم مع ما يتوقعونه أو ما يرغبون في الحصول عليه» (3).

(1) _عبد المولى موسى محمد، دور البرامج التلفزيونية في تعزيز الحوار بين الحضارات، رسالة دكتوراه، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الاعلام، غير منشورة، 2012م، ص 230. نقلاً عن:

(2) _حسن عماد مكاوي ليلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته مرجع سابق ص 177-178.

(3) _عبد المولى محمد مرسي، رسالة دكتوراه، مرجع سابق، ص 231.

وخصائص القوائم بالاتصال ومعاييرها الذاتية المتمثلة في النوع، العمر، والحالة الاجتماعية والخبرة، والمكانة الاجتماعية والاقتصادية هذه السمات والمعايير ودرجة الرضا الوظيفي تؤثر تأثيراً واضحاً في سلوكه ونوعية أدائه.

ثالثاً: المعايير المهنية:

يتعرض القوائم بالاتصال إلى مجموعة من الضغوطات المهنية التي تؤثر في عملية وتؤدي على حتمية توافقه مع السياسية التي تتبعها المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها وتشمل هذه المعايير المهنية ما يلي:

1. سياسة المؤسسة الإعلامية:

" العمل الذي تنتهجه المؤسسة الإعلامية قد يمثل ضغوط على القوائم بالاتصال ويحتم عليه انتهاج فكر مهني معين، وتتمثل هذه الضغوط في عوامل خاصة وعوامل داخلية ونفني بالعوامل الخارجية موقع الوسيلة من النظام الاجتماعي القوائم ومدى ارتباط المؤسسة بمصالحه.

أما العوامل الداخلية فتشمل نظام المعاينة وأساليب السيطرة والنظم الإدارية وضغوط الإنتاج، وتؤدي هذه العوامل دوراً مهماً من شكل المضمون المتقدم للجمهور وتنتهي بالقوائم بالاتصال إلى أن يصبح جزءاً من الكيان العام للمؤسسة الإعلامية"⁽¹⁾.

لذا نجد أن الكثير من الصحفيين يعتبرون أنفسهم موظفين في بيروقراطية جمع الأنباء فهم لا يعبرون عن أفكار صاحب المؤسسة الإعلامية وينتهجون نهجه"⁽²⁾.

وترى الباحثة: ان سياسة المؤسسة الإعلامية تفرض قيوداً على القوائم بالاتصال وتؤثر على المضمون المقدم للجمهور بما تخدم مصالحها.

2. مصادر الأخبار:

أشارت أغلب الدراسات أن القوائم بالاتصال يمكنه الاستغناء عن جمهوره لكن لا يمكنه أن يستغني عن مصادره، وأثبتت عدة دراسات عن الصحفيين أن قوة تأثير المصادر الصحفية على القوائم

(1) _عبد المولى موسى محمد، رسالة دكتوراه، مرجع سابق، ص 232.

(2) _عطا الله أحمد شاكر، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الاردن، سنة 2011م، ص 84.

بالاتصال إلى حد احتوائه بالكامل مؤكدين أن محاولة الصحفي الاستقلال عن مصادر الأخبار عملية هامة للغاية.

ويذكر الباحث عطا الله أحمد شاكر عدة تأثيرات للمصادر على القيم الإخبارية والمهنية⁽¹⁾.

-تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الانتباه إلى أخبار معينة دون الأخرى بطرق عديدة.

-تؤثر الوكالات على طريقة تقسيم رؤساء أقسام الأخبار لعمل مذوبيهم ومراسلهم.

-تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها لتغطية الأحداث الهامة.

-تصدر وكالات الأنباء سجلا يوميا بالأحداث المتوقع حدوثها في المدن الكبرى.

-تقلد الصحف الصغرى نظيرتها الكبرى في أسلوب اختيار المضمون⁽²⁾.

وترى الباحثة أن نسبة الأخبار إلى مصدرها الأول تمثل عاملاً أساسياً في تأكيد حياد وموضوعية

القائم بالاتصال في الوسيلة الإعلامية.

3-علاقات العمل وضغوطه:

إن العلاقات الجيدة بين القائمين بالاتصال داخل المؤسسة الإعلامية تعمل على تنمية العلاقات الاجتماعية وروح الجماعة كما يحس القائمون بالاتصال بأهميتهم ودورهم في إنجاح رسالتهم الإعلامية وبالتالي يعملون على إنجاح كافة المشاريع والأهداف التي أنشأت المؤسسة من أجلها⁽³⁾.

ويمكن القول إن علاقات العمل هي التي تساعد القائم بالاتصال على أداء مهنته وتجاوز مخاطرها وتقيه مهنياً، ولكن في إطار علاقات العمل تظل هناك معايير خاصة بالقائم بالاتصال، يحتفظ لنفسه لا يشاركها مع الجماعة، وهي التي تدفعه دائماً نحو معادلة التقدم على زملائه في إطار المنافسة المشروعة داخل المؤسسة الإعلامية فكل صحفي يسعى دوماً على تحقيق سبق الصحفي الذي يمكنه من التفوق على زملائه داخل المؤسسة الإعلامية⁽⁴⁾.

(1) _عطا الله أحمد شاكر، إدارة المؤسسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 85.

(2) _المرجع نفسه، ص 85.

(3) _عبد المولى موسى، رسالة دكتوراه، مرجع سابق، ص 235.

(4) _المرجع نفسه، ص 236.

رابعاً: معايير الجمهور:

"يؤثر الجمهور على القائم بالاتصال مثلما يؤثر القائم بالاتصال على الجمهور، فالرسالة التي يقدمها تحددها- إلى حد ما- توقعاته من ردود فعل الجمهور، وبالتالي يلعب الجمهور دوراً إيجابياً في عملية الاتصال" (1).

كما أكد "ريموند بأور" أن نوع الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال أنه يخاطبه له تأثير كبير على طريقة اختيار المحتوى وتنظيمه (2).

خامساً: أخطاء القائم بالاتصال خلال عملية التحرير الصحفي:

بسبب التعقيد الذي أصبح يميز مهنة الصحافة والأهمية المتزايدة لما يقدمه القائم بالاتصال للمجتمع من خدمات برزت قضية الأخطاء الصحفية أكثر وأكثر، وربما ساهمت التكنولوجيا الحديثة في تعظيم فائدة العمل الصحفي، غير أنها أسهمت كذلك في تضخيم الأثر السلبي للأخطاء التي قد يرتكبها الصحفيون أحياناً عن عمد أو بسبب نقص في المهارات والتأهيل المهني.

وقد أجمل الباحث منير سليم أبوراس (3)، ثلاث فئات رئيسية لأخطاء القائم بالاتصال وهي:
- أخطاء معلوماتية: بسبب عدم تحري الدقة، أو بسبب ورود معلومات خاطئة من مصادرها بشكل متعمد.

- أخطاء مهنية: تتعلق بعدم التوازن في الطرح أو الانحياز لمصالح فئوية أو تجارية.
- أخطاء سياسية: تتعلق بالانحياز المتعمد لمواقف سياسية معينة تعتبر جزءاً من هوية المؤسسة الإعلامية.
وترى الباحثة أن القائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية هو المسؤول عن دقة وموضوعية وصدق ونزاهة وحياد وتوازن المادة الإخبارية والمعلومات المنشورة وأي تحيز متعمد لجهة معينة على حساب هذه القواعد المهنية يفقد المؤسسة والقناة مصداقيتها لدى الجمهور ومن الصعب جداً استعادتها.

(1) عطا الله أحمد شاكر، إدارة المؤسسات الإعلامية، مرجع سابق، ص 86.

(2) المرجع نفسه، ص 86.

(3) منير سليم أبوراس، ورقة عمل بعنوان القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية إحدى محاور ورشة عمل "التحرير الصحفي كعملية اتصال بالجمهور، قسم الصحافة والاعلام، الدراسات العليا، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011، ص

المطلب الخامس: وظائف حارس البوابة:

إن المؤسسة الإعلامية مهما كان نوعها يقوم القائمون عليها بتحديد ما يجب أن ينشر أو يثبت وما يجب ألا ينشر أو يثبت، أي أن هناك عملية غريبة دائمة لما يتم إرساله عن طريق وسائل الإعلام المختلفة.

وتكمن أهمية حراس البوابة للاعتبارات الآتية: ⁽¹⁾

- 1- أن أي مجتمع له قيمة وعاداته وتقاليده التي يجب المحافظة عليها بطريقة بناءة.
- 2- عمليا ليس بالإمكان نشر كل ما تتلقاه الصحف من الأخبار لأن ذلك سيعني أن تصدر الصحف في أضعاف حجمها.
- 3- أن المستويات الفنية واللغوية والإبداعية للأعمال قد لا تكون في مستوى النشر أو البث حتى لو التزمت بقيم المجتمع وعاداته.
- 4- ليس كل ما يصل الوسيلة الإعلامية له أهمية بالنسبة للجمهور.
- 5- أن لكل مجتمع قوانينه التي تنظم العملية الإعلامية من خلال قوانين النشر ومن ثم لابد من مراعاتها من طرف المؤسسات الإعلامية.
- 6- التخصص في نوعية الجمهور الذي يوجه إليه لا رسالة نفرض على المغرب أن تكون رسائله تلائم ثلث النوعية من الجمهور.

ومن يمكن أن نلخص دور حارس البوابة في عملية الاتصال الجماهيري فيما يأتي:

- 1- أن المغرب يمكن أن يمنع الرسالة من الوصول إلى الجمهور.
- 2- يمكن للمغرب أن يغير الرسالة بحذف بعض أجزائها.
- 3- يمكن أن يضيف المغرب إلى رسائله معلومات من مصادر أخرى بالإضافة على ما يقدمه له المحرر أو وكالة الأنباء.

⁽¹⁾ _دراسات تأثر حارس البوابة على المضامين الصحفية مرجع سابق. <https://mn.annahaa.org/Arabic/studies>

2170 تاريخ الدخول 25 جوان 2019.

وهكذا يمكننا القول بأن قوة المغرب تكمن في الحذف من الرسائل أو إلغائها وفي زيادة كمية المعلومات، وإبراز أهميتها وكذلك في التقليل من كمية المعلومات ومن إبراز أهميتها.

وهناك عوامل تؤثر على وظائف المغرب السابقة من خلال:

1- السيطرة الاقتصادية: والتي تتمثل بالميزانية المتوفرة للمؤسسة الإعلامية فقد تكون الأخبار الهامة كثيرة جدا، ولكن لا يتم نشرها لاعتبارات اقتصادية أو من خلال ضغوط من ملاك الصحيفة أو المؤسسة الإعلامية.

2- شخصية المغرب: فشخصية القائم بالاتصال بمكوناتها المختلفة الثقافية والاجتماعية والسياسية وجميعها عوامل هامة في تحديد اختيار مضمون الرسائل الإعلامية.

3- تأثير الأيديولوجية والقيم السائدة في النظام الاجتماعي التي تلزم المغرب بالانسجام معاً⁽¹⁾.

المطلب السادس: الانتقادات الموجهة لنظرية حارس البوابة:

لقد وجهت العديد من الانتقادات إلى نظرية حارس البوابة حيث نجد النقد الذي وجهه "أبراهام باس" الذي يرى أن مفهوم حارس البوابة لا ينطبق إلا على قنوات الاتصال القائمة داخل جماعة اجتماعية بعينها كفريق المحررين مثلاً، وإنما يجب أن نلاحظ دور وكالات الأنباء المستقلة التي تحتل نفس الأهمية بسبب مسؤوليتها عن إنشاء ووضع مضامين الرسائل الاتصالية التي ثبتها وسائل الإعلام، وبما أن وكالات الأنباء وهيئات التحرير المسؤولة في وسائل الاتصال الجماهيري لا تمثل جماعة اجتماعية بالمعنى الذي قصده "لوين"، فإن مفهوم حارس البوابة لا يصلح للتطبيق على كافة فئات القائمين بالاتصال⁽²⁾.

في حين يرى محمد الجوهري أن "باس" يرى ضرورة التمييز بين المجالين التاليين⁽³⁾.

المجال الرئيسي الذي تملكه وكالات الأنباء والمخبرون الصحفيون الذين يتولون جمع الأخبار.

والمجال الثانوي وتمثله ادارات التحرير التي يعمل فيها محررو الأخبار.

(1) _ المرجع السابق.

(2) _ منال مزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة لنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص 273-274.

(3) _ محمد الجوهري وآخرون، دراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية بالإسكندرية، القاهرة، 1994م، ص 55.

ومن هنا يتضح أن المجال الأول هو الذي تحدد الأحداث التي تستحق الكتابة والنشر عنها ومن ثم يحدد الأخبار التي تصل إلى القارئ بالاتصال، أما المجال الثانوي فتقتصر مهمته على مجرد تعديل وتحريـر المادة الإخبارية الخام الواردة من المراسلين، ومعنى هذا أن وظيفة حارس البوابة تؤدي بشكل منفصل وعلى نحو مختلف في كل مجال على حدي⁽¹⁾.

كما وجد باحثون آخرون بعض الانتقادات مفادها:

-أثر ليس حارس البوابة فقط هو الذي يؤثر في الرسالة الإعلامية بل هناك مؤسسة إعلامية لها سياساتها ومعاييرها الإعلامية وتوجهاتها.

-في كثير من الأحيان لا يكون للتقييم الذاتي لمحرر الأخبار دور أساسي في اختيار المادة الإعلامية، وإنما يعتبر أداء العمل هو المؤشر الأساسي.

-المحررون يشعرون بأنهم موظفون في بيروقراطية جمع الأخبار ويكون لكل وسيلة إعلامية سياستها الخاصة سواء اعترفت بذلك أم لم تعترف وبالتالي لا يكون حارس البوابة هو المسيطر على الأخبار⁽²⁾.

وبعض عرض هذه الانتقادات ترى الباحثة أن ممارسة حراس البوابة الإعلامية بدءاً من المراسل أو المحرر الذي اختار الحدث الإخباري مروراً برئيس القسم ثم مدير التحرير وكذا رئيس التحرير تكون بمثابة عملية تغذي العديد من القرارات التي تنتهي بالاختيار النهائي وتشكيل الموضوعات الإخبارية ونشرها.

كما ترى الباحثة أن نظرية حارس البوابة الإعلامية تكون ذات فعالية إيجابية إذا كان حارس البوابة على درجة كبيرة من الوعي بحجم المسؤولية الإعلامية ويدرك أهمية غريزة المعلومات لتتوافق مع اهتمامات وقيم وهوية الجمهور المستهدف، وبالمقابل تكون خطيرة جداً وسلبية إذا استغل حارس البوابة موقعة في تحقيق مصالحه ومصالح مصادره، وضرب بالضوابط والقواعد والمعايير المهنية عرض الحائط.

(1) _المرجع السابق، ص 55.

(2) _التيار النقدي من نظريات الاتصال المدونة إلكترونياً، 8 سبتمبر 2018.

المطلب السابع: الاستفادة من نظرية حارس البوابة في الدراسة:

إنّ التراكيم النظري لنظرية حارس البوابة يفسر العلاقة بين المؤسسة الإعلامية والدولة المالكة أو الجهة المالكة والجمهور المستهدف لذا تهتم الدراسة الحالية بمدى تدخل نمط الملكية للمؤسسة في السياسية الإعلامية، ومدى تدخل القائم بالاتصال في انتقاء المادة الإخبارية نظرا لتعدد القوى والعلاقات التي يتأثر بها حراس البوابة أثناء ممارستهم لمهامهم في المؤسسات الإعلامية المختلفة.

قد يتغير موقف حارس البوابة تجاه المعلومات من وسيلة لأخرى اذ يمكن معالجة الخبر بأكثر من طريقة بحيث تغير المعالجة بناءً على الاعتبارات الخاصة بتحيزات الفرد وسياسة المؤسسات، وهو ما يدفعه إلى نقل الأخبار وفقا لعدد من المعايير والقواعد وبأسلوب مختلف يتماشى مع طبيعة الوسيلة التي يعمل بها، واهتماماتها ونوع الجمهور الذي يتابعها، وهذا جزء مما تهدف إليه هذه الدراسة.

المبحث الثاني: نظرية الأجندة: "ترتيب الأولويات".

تقوم وسائل الإعلام بتنظيم عرض المواد الاجبارية والقضايا والموضوعات في ترتيب يشير على أهمية هذه المواد في علاقتها ببعضها، وهذه العملية يطلق عليها أولويات الاهتمام للوسيلة الإعلامية أي وضع أجندة الوسيلة وتحديداتها، وتتم بناءً على قرارات عديدة تتأثر بالسياسات العامة والسياسات التحريرية بوسائل الإعلام.

وتهتم بحوث ترتيب الأولويات بدراسة العلاقة التبادلية بين وسائل الإعلام والجمهور التي تتعرض لتلك الوسائل في تحديد أولويات القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهم المجتمع وتفترض هذه النظرية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها وهذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجياً وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجمهور أهمية أكبر نسبياً عن الموضوعات التي لا تطرحها وسائل الإعلام وستحاول الباحثة في هذا المبحث أن تحدد مفهوم ونشأة وتطور هذه النظرية ومضمونها وأهميتها وأهم الانتقادات الموجهة إليها.

المطلب الأول: مفهوم نظرية الأجندة "ترتيب الأولويات":

"حدد الباحثون عددا كبيرا من التعريفات لعملية وضع الأجندة حيث يعرف (M.samchez) عملية وضع الأجندة في الإعلام بأنها: "العملية التي بواسطتها يحدد وسائل الإعلام بما نفكر وحول ماذا نقلق ويرى أن أول من لاحظ هذه الوظيفة هو (Lippmann) في العشرينات في القرن الماضي وأوضح أن الإعلام هو الذي يهيمن على خلق الصور في أذهاننا وأن رد فعل الجمهور يكون تجاه تلك الصور وليس تجاه الأحداث الفعلية لذلك فإن وضع الأجندة هي: "عملية تهدف إلى إعادة صياغة جميع الأحداث التي تقع في البيئة المحيطة بنا إلى نموذج بسيط قبل ان نتعامل معها⁽¹⁾ .

أما James Watson عرفها بأنها "مجموعة من الموضوعات عادة يكون ترتيبها حسب أهميتها" ويعرفها Joseph straubhaar and Robert la Rose بأنها "قدرة وسائل الإعلام على

(1) _ منال مزاهرة، نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص330.

تحديد القضايا المهمة⁽¹⁾.

كما عرفها Lyeuyer and Simon بقولها إن «وضع الأجندة يمكن تعريفها بأنها قدرة المواد الاجبارية التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة على معرفة وتحديد القضايا المهمة خلال فترة زمنية معينة»⁽²⁾. وهو ما فعله أيضا Mcquail الذي نظر إلى مفعول وضع الأجندة على الجمهور من خلال تزايد الاهتمام المشترك بين الجمهور ووسائل الإعلام حيث يعرف وضع الأجندة "هي عبارة عن تلك العملية التي تؤثر من خلالها وسائل الإعلام (سواء بصورة مقصودة أم غير مقصودة) في جمهورها من خلال ما تعرضه له من قضايا أو أحداث إخبارية وبروزها ضمن مضامينها المختلفة، وهو ما يفرض أن تزايد اهتمام هذه الوسائل بتلك القضايا والأحداث يجعلها مهمة وبالتالي تزايد أهميتها لدى الجمهور»⁽³⁾.

ولقد ورد في معجم Lexique d'information commination⁽⁴⁾ "أن مفهوم ترتيب الأولويات (الأجندة) عبارة عن تأويل أو فرضية وفقها تؤثر المؤسسات الإعلامية الكبيرة على الرأي أو المسؤولين عندما تعلمهم بما هو بصدد التفكير فيه مما يؤثر فيهم عندما تلمح لهم صورة فجائية حول ما تجب عليهم التفكير فيه، فوسائل الإعلام تقوم دون علمنا بانتقاء المواضيع الجاري بشأنها الحديث، لكنها أيضا تقوم بترتيب أولويات هذه المواضيع".

ولقد عرفها أيضا " Stephen Batrosn بأنها "العملية التي تبرز فيها وسائل الإعلام قضايا معينة على أنها قضايا مهمة، وتستحق ردود الحكومة والجمهور، من خلال إثارة انتباههم لتلك القضايا، بحيث تصبح ذات أولوية ضمن أجندتهم، وأن الفرد الذي يعتمد على وسيلة إعلامية ما ويتعرض لها سوف يكيف إدراكه وفقا للأهمية المنسوبة لقضايا تلك الوسيلة وموضوعاتها، وبشكل يتوافق واتجاه عرضها، وحجم الاهتمام الممنوح لها في تلك الوسيلة»⁽⁵⁾.

(1) _ جمال أحمد، وضع الأجندة الاجبارية في الصحف المصرية اليومية، مجلة بحوث الرأي العام، طبعة القاهرة، 2003م، ص 32.

(2) _ أحمد زكريا أحمد، نظريات الإعلام، المكتبة العصرية، ط3، المنصورة، مصر، 2009م، ص 8.

(3) _ المرجع نفسه، ص 8.

(4) -Balle (Francis) Lexique d'in Formation communication, Dalloz, paris, 2006, p11.

(5) _ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2004، ص 95.

من خلال التعريف السابقة لنظرية الأجندة نلاحظ الباحثة أنها تنصّب في فكرة أن نظرية ترتيب الأولويات هي عبارة عن إعادة صياغة الأحداث الجارية بقلب جديد، يتم ترتيبها حسب أهميتها بما يتناسب مع السياسية التحريرية للمؤسسة الإعلامية بهدف اقناع الجمهور بمدى أهميتها وبالتالي تحديد أولوياته والتحكم في طريقة تفكيره.

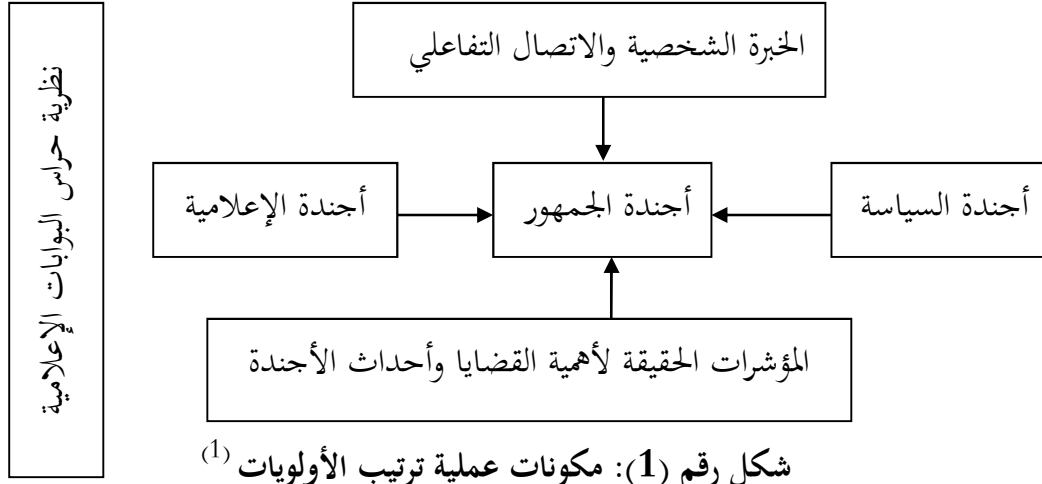
ولقد أورد الباحث ⁽¹⁾، ثلاثة مكونات لعملية ترتيب الأولويات عندما تحدث عن المعنى أو التعريف الواسع لهذه النظرية حيث ذكر أن الكثير من الدراسات اهتمت بالبحث عن العلاقات بين هذه المكونات، وأيٍ منها له تأثير على الآخر وتتمثل تلك المكونات فيما يلي:

1-أجندة الوسيلة Media Agenda: هي ترتيب الموضوعات والقضايا التي ثم عرضها في وسائل الإعلام، وتتكون من أجندة الصحف، أجندة التلفزيون، وأجندة الوسائل الأخرى.

2-أجندة الجمهور Public Agenda: هي ترتيب الجمهور للقضايا والموضوعات التي يرى أنها مهمة، وتتكون من الأجندة الذاتية، الأجندة الشخصية، والأجندة الخاصة بالمجتمع.

3-الأجندة السياسية أو أجندة صانعي القرار Political Agenda: أي ترتيب الموضوعات والقضايا لدى صانعي السياسة وفقاً لمدى أهميتها من وجهة نظرهم.

⁽¹⁾ _محمد فوزي عقاب الدين، دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحرين، معهد البحرين للتنمية السياسية، إدارة المكتبات العامة، 2017، ص 34.



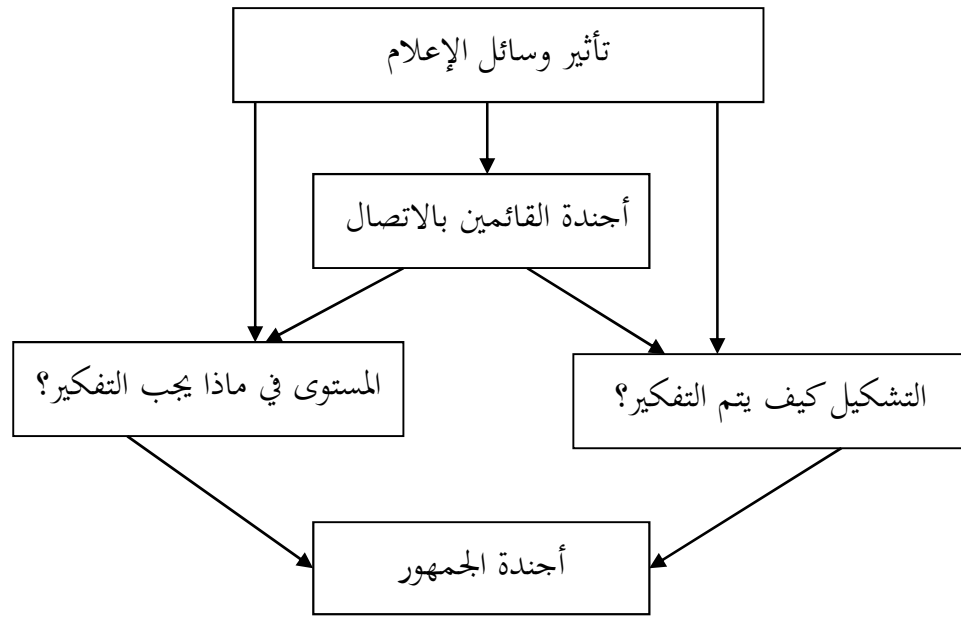
وتدور معظم دراسات ترتيب الأولويات حول من الأسبق أجندة الجمهور أم أجندة وسائل الإعلام، ومن يضع أجندة وسائل الإعلام وتأثير نظرية حارس البوابة الإعلامية وتأثير مالك الوسيلة الإعلامية وتأثير السياسة العامة للدولة.

حيث ذكر بعضهم أن أجندة وسائل الإعلام تؤثر على أجندة الجمهور التي تؤثر بدورها على أجندة السياسة، وأوضح بعض الباحثين ضرورة الأخذ بالاعتبار عدد من المتغيرات⁽²⁾، عند الحديث عن العلاقة بين مكونات عملية وضع الأجندة وهي الخبرة الشخصية والاتصال الشخصي، والقضايا والأحداث ومؤشرات العالم الخارجي وحراس البوابة الإعلامية.

وفي هذا الإطار أثبتت بعض الدراسات إجمالية وجود تأثير للأجندة وسائل الإعلام على أجندة الجمهور وخاصة بالنسبة للموضوعات الملموسة أو القريبة من الجمهور.

⁽¹⁾ _Media Agenda-Setting 20% clusters Massk Rogers, and Dearing, op, cit, 1988.Http//www. Ut weutenl/CW/theorieeno-verzicht/theory.

⁽²⁾ _ Katherine Miller-communication theories perspectives, process contexts, New york, McGraw hill, p259



شكل رقم (02): تأثير أجندة وسائل الإعلام على أجندة الجمهور¹⁾

المطلب الثاني: نشأة نظرية الأجندة "ترتيب الأولويات":

ترجع الأصول النظرية لبحوث وضع الأجندة إلى والتر لبومان Walter Lippman من خلال كتابه بعنوان الرأي العام 1922 أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير وفي كثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل بيئات زائفة في عقول الجماهير، وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهم المجتمع⁽²⁾.

ويرجع الفضل إلى Mc Combs و show صدور الدراسة الأولى التي تمت إجراءاتها التطبيقية والميدانية أثناء الحملة الانتخابية الرئاسية الأمريكية عام 1968م، وتقوم النظرية على أن وسائل الإعلام

⁽¹⁾-Available at <http://www.annabaa.org/nbabews/2002/01/191.htm>.

⁽²⁾ -نسرين محمد عبدو حسونة نظريات الاعلام والاتصال، القاهرة 2015 ص 7 نقلا عن:

Maxell Mc CONBA/ THE Agenda-setting Role of the Mass Media in the Shaping of public opinion university of Texas at Austin, pp 1-2 At www.infoamerica.org/document on pdf. available at: 20/4/2013.

تنجح بكفاءة في تعريف الناس فيما يفكرون، ذلك لأن لها تأثيرا كبيرا في تركيز انتباه الجمهور نحو الاهتمام بموضوعات ما أو أحداث وقضايا بذاتها، فالجمهور لا يعلم من وسائل الإعلام عن هذه الموضوعات فحسب، بل يعرف كذلك ترتيب أهميتها، فهناك علاقة ارتباطية إيجابية قوية بين أهمية الموضوع في وسائل الإعلام وأهميته لدى الجمهور⁽¹⁾.

1-مراحل تطور نظرية الأجندة⁽²⁾:

يلخص كل من برانيت وطومسون (Brant and Thompson) مراحل تطور بحوث الأجندة في أربع مراحل كما يلي:

المرحلة الأولى: وتمثلها دراسة "شورماكوميس" عام 1972 والتي أثبتت نتائجها أن اهتمام الجمهور العام بالقضايا يتأثر باهتمام المحتوى الإخباري لوسائل الإعلام بالقضايا ذاتها.

المرحلة الثانية (التكرار): عندما كرر هذان الباحثان عام 1977 تطبيق افتراضات نظرية وضع الأجندة من خلال دراسة تناولت القضايا البارزة لدى النخب، وقد أكدت نتائجها على أن هؤلاء النخب الذين يتعرضون بصورة يتعرضون بصورة كبيرة لوسائل الإعلام تتأثر أجندة اهتماماتهم بالقضايا المختلفة ضمن أجندة هذه الوسائل.

المرحلة الثالثة (المتغيرات الوسيطة): بالرغم من أن الدراسات الأولى والمبتكرة في مجال وضع الأجندة تناولت بالرصد والتحليل الارتباط المباشر بين أجندة وسائل الإعلام ومثيلتها لدى الجمهور، فإن دراسة أخرى تالية أكدت نتائجها على وجود مجموعة من المتغيرات الوسيطة المؤثرة في عملية وضع الأجندة⁽³⁾، وتعد دراسة Weaver, craber, Mc canbsand Eyal التي أجروها على الباحثين أثناء حملات الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1976 دراسة رائدة في هذا المجال، فقد كشفت نتائجها عن

(1) -محمد عبد الحميد نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة 2004 ص 99 نقلا عن:

Michael j.Muin:Agenda-setting theory and the role of the Media in shaping public opinion for the Irac war...a, research paper in partial Fulfillment of the requirements For the degree of master of Arts (university of central) Missouri Department of communication April, 2011, p1.

(2) _احمد زكريا احمد نظريات الاعلام، المكتبة المصرية، ط1 المنصورة مصرن 2009 ص 17-18.

(3) _المرجع نفسه ص18.

وجود تأثيرات لمتغيرات أخرى وبسيطة كالمهنة والمستوى التعليمي ومحل الإقامة، وكلها متغيرات تلعب دوراً مؤثراً في تحديد أولويات اهتمام هؤلاء النخبين إضافة لتأثير الأجندة الإعلامية.

المرحلة الرابعة (بناء الأجندة):

ويمكن أن نسمي هذه المرحلة أيضاً مرحلة الانتقال لدراسة بناء الأجندة "فقد درس الباحثان كورت لانغ وغلادي أبل لأنج «kirt long and glady Engel long» عام 1983 العلاقة بين الصحافة والرأي العام خلال أو فضيحة ووتر غيت water gate الشهيرة، وأثبتت أن الفرضية الأساس لنظرية وضع الأجندة في حاجة إلى أن تأخذ أبعاداً أكبر، وفي هذا الشأن قدما اقتراحاً ليمتد المفهوم إلى بناء الأجندة.

والواقع أنه توجد استراتيجيتان أساسيتان لضبط أجندة وسائل الإعلام كالاتي⁽¹⁾:

1-أما دراسة القضايا التي أثارها وسائل الإعلام وكذلك الأمر عند الجمهور على فترة زمنية واحدة أو فترتين.

2-أن نتناول بالدراسة قضية من القضايا التي تناولتها وسائل الإعلام على فترات زمنية مختلفة.

ولا شك أن الأداة المناسبة لمعالجة البيانات هي تحليل المحتوى لتفكيك النصوص الإعلامية إلى موضوعات، وهذه الأداة يمكن أن تشمل كل وسائل الإعلام غير أن الباحثين يركزون غالباً على وسيلة واحدة أو وسيلتين على الأكثر.

2-الافتراضات الأساسية لنظرية ترتيب الأولويات⁽²⁾:

-تقوم وسائل الإعلام باختيار عدد من القضايا والموضوعات والأحداث من خلال ما تستقيه من البيئة المحيطة بها لتقديم الأخبار اليومية.

-وبسبب المساحة المحدودة أو الوقت المحدود واقتناع الإعلاميين بما يجمل قيمة الخبرية، فإن كثير من القضايا يتم تجاهلها ولا تصبح جزءاً من الأخبار.

⁽¹⁾ _حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998م، ص 292.

⁽²⁾ _Encyclopedia of communication theory (London sage publication, Inc., 2009), pp 31-33. Karem.A.foss (3) Stephen, Little johnn.

-تعطي وسائل الإعلام لبعض الموضوعات والقضايا بروزاً أو درجة معينة من الاهتمام أو مكانة خاصة دون الاهتمام بموضوعات وقضايا أخرى.

-يشكل هذا الاختبار للموضوعات والقضايا وما يشتمل عليه من مستويات مختلفة من البروز أو المساحة أو الوقت ما يسمى بأجندة وسائل الإعلام.

-ينتقل ذلك الاهتمام بنفس القضايا والموضوعات من وسائل الإعلام على الجمهور، حيث أن الجمهور سوف يستخدم التقييم نفسه عندما يقرر ترتيب أهمية القضايا والموضوعات بالنسبة لهم.

وتتميز نظرية ترتيب الأولويات بعدة ملامح أهمها⁽¹⁾.

-تباثها واستمرارها: حيث تعتبر هذه النظرية من النظريات التي تطورت ومرت بعدة مراحل دراسية وكل مرحلة قدمت مفاهيم وأفكار جديدة، كما تنوعت الأساليب البحثية والأدوات والمعاملات الإحصائية المستخدمة.

-قدرتها على وجود نوع من التكامل بين عدد كبير من البحوث في فروع مختلفة تحت مظلة واحدة: حيث تم الربط بين مجالات الصحافة والإعلام والعلوم الاجتماعية والعلوم السياسية والاقتصادية وغيرها.

-القدرة المستمرة على إطلاق مشكلات بحثية جديدة: والربط بينها وبين غيرها من النظريات الأخرى مثل: دوامة الصمت، الغرس الثقافي انتقال المعلومات على مرحلتين، الأطر، البوابة الإعلامية، التهيئة المعرفية.

المطلب الثالث: أنواع دراسات ترتيب الأولويات:

منذ ظهورها في أوائل السبعينات ثم توجيه بحث ترتيب الأولويات من طرف نموذجين مختلفين وينتهج كل من هذين الأخيرين مقارنة مهمة في دراسة تأثير الإعلام، ينتهج النموذج الأول الدراسة الرائدة "Mc ccmds and Shaw" (1972) والتي تبحث في وظيفة ترتيب الأولويات لوسائل الإعلام باتباع تحاليل مقطعية، كما يقوم بمقارنة ترتيب القضايا والمواضيع في الأولويات الإعلامية

(1) _E.Mccombs Donald Shaw 1 'the Evolution of Agenda setting Research Twenty Five years in Marketplace of Ideas (journal of communication, Vol 43.No, 2, 1993, p58.

والأولويات العامة خلال فترة زمنية معينة، أما النموذج الثاني فينتهج دراسة "Fankhauser" (1973) والتي اعتمدت على التحاليل الطولية بهدف البحث عن وظيفة ترتيب الأولويات، كما تقوم بمقارنة التغطية الإعلامية والرأي العام منفصلين لكل موضوع وفي كل الفترات الزمنية.

وقد تنوعت دراسات ترتيب الأولويات لاحقاً من دراسة الارتباط بين أولويات وسائل الإعلام وأولويات الجمهور على المستوى التجميعي (Aggregate level) إلى دراسات ترتيب الأولويات على المستوى الفردي (Individuel level)، أي قياس كل مبحوث على حدى ومقارنته بأولويات وسائل الإعلام، وبمعنى آخر هل ندرس قضية واحدة أم عدة قضايا، ثم هل يؤخذ الفرد أو القضية كوحدة للدراسة، وقد حدد "ماكوميس" أربعة أنواع لدراسات ترتيب الأولويات وفقاً لمستوى قياس القضايا، قضية واحدة أو مجموعة قضايا، فضلاً عن نوع البيانات الخاصة بالجمهور (تجميعية أو فردية)، ومن ثم فإن دراسات ترتيب الأولويات تجمع ما بين المستويين الكبير أو العام (Macro level)، فضلاً عن المستوى الفردي (Micro level) والنماذج هي: ⁽¹⁾.

النوع الأول: يهتم بدراسة الارتباط المتبادل بين بروز القضايا في وسائل الإعلام والقضايا البارزة كما يدركها الرأي العام، ويتميز هذا التصور في أن تحديد ترتيب القضايا البارزة يتم بأسلوب تجميعي من خلال حساب عدد الأشخاص في المجتمع الذين اهتموا بمجموعة القضايا وتوجهاتهم.

النوع الثاني: يدرس ترتيب أهمية القضايا لدى كل فرد ومقارنته مع ترتيب القضايا البارزة لدى وسائل الإعلام على أساس افتراض أن تركيز وسائل الإعلام على مجموعة معينة من القضايا يحدث الترتيب نفسه لدى كل فرد من أفراد الجمهور.

النوع الثالث: يسلط الضوء على بروز وخفوت الاهتمام بقضية واحدة خلال فترة ممتدة ومقارنة درجة التشابه بين بروزها لدى وسائل الإعلام وبروزها لدى الرأي العام ⁽²⁾.

⁽¹⁾ _ محمد بن علي العقاري: العلاقة بين الصحافة وقادة الرأي والجمهور في ترتيب أولويات القضايا المحلية في اليمن، دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه في الاعلام، قسم الاعلام، جامعة محمد بن سعود الاسلامية، ص 105.

⁽²⁾ _ المرجع نفسه، ص 105

النوع الرابع: يدرس بروز قضية واحدة في ذهن الفرد وغالبا ما تتم في بيئات تجريبية فهي تدرس قضية واحدة تركز على معلومات فردية.

ومن أبرز الدراسات التي طبقت هذا النموذج دراسة (erbring Et.al) اربنج وآخرون ودراسة كوك وآخرون (coocket al)، ودراسة شوبناج وويفر (schoenbeuch and Weaver) وتنتمي معظم الدراسات إلى النموذج الأول وهو الأكثر شيوعا في دراسات ترتيب الأولويات، ويرجع السبب في ذلك إلى سهولة منهجية النموذج وصعوبة الوصول إلى المعلومات الفردية والمقارنة بين الفرد المبحوث ووسائل الإعلام.

المطلب الرابع: العوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات:

هناك العديد من الدراسات والبحوث التي اجتهدت في البحث عن العوامل التي يمكن أن تؤثر على قدرة وسائل الإعلام على ترتيب أولويات الجمهور، ونقصد بالعوامل المؤثرة في ترتيب الأولويات تلك العوامل الوسيطة بين أجندة الجمهور وأجندة وسائل الإعلام، وهي تؤثر بالسلب والايجاب على العلاقة بين أجندة الجمهور واجندة وسائل الإعلام، ويمكن تقسيم هذه العوامل أو المتغيرات الوسيطة إذا اعتبرنا أن أجندة وسائل الإعلام تمثل المتغير المستقل وأجندة الجمهور يمثل التغير التابع إلى متغيرات تتعلق بالقضايا، وأخرى تتعلق بالجمهور، ومتغيرات تتعلق بوسائل الإعلام ويمكن عرضها كمايلي:

أولا :متغيرات تتعلق بالقضايا والموضوعات.

1.نوع القضية:

تم التميز بين نوعين من القضايا الملموسة والقضايا المجردة، والقضية تكون ملموسة إذا كان الكثير من الأفراد لديهم احتكاك مباشر بها، وتكون القضية مجردة إذا كان ليس لدى الفرد خبرة مباشرة بتلك القضية، كما يمكن تقسيم القضايا على قضايا مباشرة وهي التي يعايشها الفرد ولديه معلومات عنها، وقضايا غير مباشرة وهي التي لا يعايشها الفرد ولا تتوافر لديه بشأنها خبرة شخصية ومباشرة، وبالتالي فإن معظم الدراسات التي تناولت نوع القضية لمتغير وسيط يتوسط العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور أكدت أن وسائل الإعلام أكثر قدرة على وضع أجندة الجمهور بالنسبة للقضايا المجردة البعيدة عن خبرة الفرد، وأقل قدرة على وضع أجندة الجمهور بالنسبة للقضايا الملموسة، كما أشارت بعض الدراسات أن

وسائل الإعلام تؤثر على بروز الموضوعات الدولية، بينما يقل تأثيرها بالنسبة للموضوعات المحلية حيث يزيد دور الاتصال الشخصي والتفاعل الاجتماعي ذلك بالإضافة إلى أن الموضوعات والأحداث الغربية تنتقل أهميتها من وسائل الإعلام إلى الجمهور بشكل أسرع من القضايا المعروفة مسبقاً، وبالتالي فإن مجموعة من المتغيرات التي ترتبط بنوع القضية والتي يمكن تلخيصها فيما يلي⁽¹⁾ :

-القرب النفسي أو السيكولوجي للقضية.

-قربها من اهتمامات الفرد أجندته الشخصية.

-مدى حداثة القضية أو غرابتها.

-مدى سهولة أو صعوبة فهم القضية وإدراكها.

2. الأحداث في مقابل القضايا:

ميز العديد من الباحثين بين الأحداث والقضايا؛ حيث تتحدد الأحداث بوصفها وقائع متفرقة تتسم بالحدودية، أما القضايا فتشتمل على تغطية إخبارية متراكمة لمجموعة من الأحداث المترابطة أو المتصلة والتي تتألف معاً للتدرج من فئة عريضة أو رئيسية، ومن الواضح أن دراسات وضع الأجندة قد اهتمت بدراسة القضايا، وتم التمييز بين نوعين من القضايا هما القضايا الطارئة، والقضايا المستمرة، وأشار بعض الباحثين أن كلما طال أمد القضية في تغطية وسائل الإعلام يضعف من تأثيرها على أجندة الجمهور وأشار بعض الباحثين إلى أن اختلاف الموضوعات يؤثر على اختلافات تأثيرات الأجندة، وميز كل منهم بين موضوعات سريعة وأحداث سريعة، موضوعات بطيئة وأحداث بطيئة، أحداث بارزة قصيرة وأحداث غير بارزة⁽²⁾ .

3.مراحل تطور القضية: يشير ذلك المصطلح إلى التاريخ الطبيعي للقضية حيث أن تأثير وسائل الإعلام على أجندة الجمهور يختلف وفقاً لمدى تطور الموضوع، فدائماً نجد أن ظهور قضية جديدة على الساحة الإعلامية يجذب انتباه الأفراد، وتستمر التغطية إلى أن تقل تدريجياً وتفقد قدرتها على الجذب،

⁽¹⁾ _ Jain Zua et al- public Issue priority Formation Media-Agenda setting social Interaction (journal of communication, vol43 N,01, 1993) , pp.B29-35.

⁽²⁾ _محمد فوزي شهاب الدين، دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحرين معهد البحرين للتنمية

السياسية إدارة المكتبات العامة، 2016، ص 46.

إلا مع ظهور حادث جديد مرتبط بها يعيدها إلى أذهان الجمهور مرة أخرى، وبالتالي فإن تأثيرات وضع الأجندة تختلف وفقا للمرحلة التي يمر بها الموضوع في وسائل الإعلام، وقد أشارت بعض الدراسات إلى مصطلح Agenda de Flatting وأكدت أن مراحل تطور الموضوع تؤثر على حدوث تأثيرات الأجندة⁽¹⁾.

ثانيا: متغيرات تتعلق بالجمهور:

1.الاتصال الشخصي: حظي متغير الاتصال الشخصي بالعديد من الدراسات التي حاولت التعرف على مدى تأثير الاتصال الشخصي على العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، ومما لاشك فيه أن الاتصال الشخصي يعد رافدا أساسيا للمعلومات التي نستقيها حول البيئة المحيطة بنا، وقد أكدت بعض الدراسات أن الاتصال الشخصي يدعم من تأثيرات وضع الأجندة بالنسبة للموضوعات التي تناولها مسبقا في وسائل الإعلام بشكل مكثف بينما يضعف من تأثيرات وضع الأجندة بالنسبة للموضوعات التي كان الاهتمام بها أقل في وسائل الإعلام، وذهبت بعض الدراسات إلى غبر إبراز الجسر للاتصال الشخصي، حيث أنه يقوم بدور الوسيط أو همزة الوصل بين إدراك أهمية الموضوع على المستوى الفردي وعلى المستوى العام⁽²⁾.

ويمكن الحديث هنا عن فكرة أو مصطلح قادة الرأي حيث أن هناك أشخاص أكثر إيجابية لديهم القدرة على جمع وتحليل وتنقيه المعلومات المستقاة من وسائل الإعلام ونقلها من خلال الاتصال الشخصي، وقد أكدت بعض الدراسات أن قادة الرأي لا يقومون فقط بتمرير المعلومات من وسائل الإعلام إلى الجمهور، ولكن لهم دور في التأثير على أجندة وسائل الإعلام وخصوصا بالنسبة للموضوعات الجديدة⁽³⁾.

2.العوامل الديمغرافية: هناك الكثير من الدراسات التي اهتمت بمدى تأثير الديمغرافية على العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور، وقد اختلفت الدراسات التي اختبرت تأثير الخصائص

⁽¹⁾-Klaus schoen borch. A Holli semetka-Agenda De Flatting study of the 1990 ceriman National 36 Election Journalism Quaterly. Vol.69. No.41992. pp.837-846

⁽²⁾-H David Weaver et al" the bridging fonction OF interpersonal communication in Agenda Setting" (journalism quarterly. Vol 69.N 04, 1992-37 pp 856-867

⁽³⁾ _محمد موزي، شهاب الدين، المرجع السابق، ص 47.

الديمقراطية في نتائجها، فمنها من أشار إلى الدور المحدود لها ومنها من أشار إلى تأثيرها المطلق، وقد ترجع الاختلافات في النتائج إلى الاختلاف في مجتمعات الدراسة ومعطياتها، وقد أشار بعض الباحثين إلى فكرة أو مصطلح توحد الجماعات بمعنى أنه مع زيادة التعرض لوسائل الإعلام بأن إدراك الجماعات المتباينة في السن والنوع والمستوى التعليمي للموضوعات الهامة يصل على حد التوافق⁽¹⁾.

3. الحاجة إلى التوجيه: إن عملية وضع الأجندة تتأثر بمدى حاجة الفرد إلى التوجيه، وهذه الحاجة ترتبط بدرجة قرب الموضوع أو المعلومات عن ذلك الموضوع من الفرد، ودرجة عدم التأكد من الموضوع، حيث كلما قل قرب الموضوع عن الفرد وزاد عدم التأكد لديه زادت حاجة الفرد إلى التوجيه، وبالتالي كلما زادت حاجة الفرد إلى التوجيه (أي زاد بعده عن الموضوع وزيادة عدم التأكد لديه)، كلما زاد احتياج الفرد للحصول على معلومات من وسائل الإعلام وبالتالي زادت ات حدوث تأثيرات الأجندة، حيث يكون الأفراد في حاجة إلى التوجيه عندما تكون الموضوعات غير مألوقة⁽²⁾.

4. مدى الاهتمام بالموضوع: أكدت بعض الدراسات ضرورة وجود درجة من الاهتمام لدى الفرد بالقضية المثارة من وسائل الإعلام وذلك لضمان حدوث تأثيرات الأجندة، وكلما ازدادت درجة اهتمام الفرد بالقضية، كلما ازدادت ات حدوث تأثيرات الأجندة، وكلما كان الموضوع أكثر تفضيلاً لدى الجمهور، كلما استطاعت وسائل الإعلام أن تزيد من شعبيته لدى الجمهور من خلال تناولها له.

5. مستوى التعرض لوسائل الإعلام: اقترح نموذج المستويات (Threshold) وجود أهمية كبيرة لمتغير كثافة التعرض لوسائل الإعلام، حيث لابد من وجود حد أدنى من التعرض لوسائل الإعلام كما تم الربط بين كثافة التعرض لوسائل الإعلام وكل من كثافة التغطية الإعلامية اهتمام الفرد بالموضوع، حيث لابد من وجود حد أدنى من التعرض لضمان إدراك الأفراد للموضوع على أنه مهم وبالتالي حدوث التأثير، وتؤكد ذلك لدى بعض الباحثين حيث وجدوا أنه كلما زاد مستوى التعرض زاد حدوث تأثيرات الأجندة⁽³⁾.

⁽¹⁾-Donald Shaw..L. E. Shannon Martin The Function of Mass Media Agenda Setting journalism Quarterly, Vol, 69, No.4, 1994, pp 902-920.

⁽²⁾-Maxwell. Mc combs A look at agenda setting past, Present, Future (journalism studies, vol, 6No, 4.2005) , pp547-548.

⁽³⁾_ Salma chamem and Wayne Wonta-Agenda setting and Spanish cable News (journal of Broadcasting and Electronic, Media vol, 45, No 2, 2001) , pp277-289.

6. مدى الاعتماد على وسائل الإعلام: ربطت بعض الدراسات بين فروض نظرية الأجندة وفروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في محاولة لايجاد علاقة بينهما، وأشارت تلك الدراسات إلى أنه كلما زاد الاعتماد على وسائل الإعلام، كلما زادت ات حدوث تأثيرات الأجندة وبالرغم من عدم قدرة الدراسات على إثبات ذلك الفرض يشكل قاطع غلا أنها استطاعت أن نجذب الانتباه إلى متغير (مدى الاعتماد على وسائل الإعلام) كمتغير وسيط يحكم العلاقة بين أجندة الجمهور وأجندة وسائل الإعلام.

7. مستوى تحليل الأفراد للمعلومات من وسائل الإعلام.

يختلف الأفراد فيما بينهم في مستويات تمثيلهم وتخزينهم وتذكرهم للمعلومات المستقاة من العالم الخارجي من حولهم، ومستوى تحليل الفرد للمعلومات قد يكون متغير وسيط يتوسط العلاقة بين أجندة وسائل الإعلام وأجندة الجمهور ويؤكد... البحوث الميدانية التي تجري لمعرفة أجندة الجمهور وتشير في هذا الصدد إلى ارتباط مستوى تحليل الفرد للمعلومات بكل من: طريقة استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، السمات الشخصية التي تؤثر على الاستجابة⁽¹⁾.

ثالثا: متغيرات تتعلق بوسائل الإعلام:

1. نوع الوسيلة: اثار جدلا واسعا حول مدى تأثير نوع الوسيلة الإعلامية على العلاقة بين أجندة الجمهور واجندة وسائل الإعلام، وقد حاولت العديد من الدراسات إيجاد إجابة لهذا التساؤل، فذهبت بعض لدراسات إلى أن وسائل الإعلام المرئي لها تأثير أسرع على أجندة الجمهور، ولكن التأثيرات طويلة المدى للأجندة تكون من خلال الوسائل المطبوعة، وخلصت الأخرى إلى أن الصحف والتلفزيون يحققان وظيفة وضع الأولويات للجمهور، ولكن الاختلاف يكمن في المدى الزمني لوضع الأولويات، حيث ثبت أن التلفزيون يحقق تأثيرات فعالة على المدى القصير، بينما تحقق الصحف تأثيرات أقوى على المدى الطويل أو البعيد وأشارت بعض الدراسات إلى أنه لا توجد قواعد محددة لتحديد أي الوسائل الإعلامية أقوى تأثيرات على وضع الأجندة لوجود العديد من العوامل الوسيطة التي تؤثر على قوة أو ضعف كل وسيلة في التأثير على الرأي العام.

(1) _ محمد فوزي شهاب الدين، مرجع سابق، ص 49.

2. كثافة التغطية الإعلامية:

تعد كثافة التغطية الإعلامية للموضوعات والقضايا من بين أهم المتغيرات التي تؤثر على حدوث تأثيرات وضع الأجندة على الجمهور، حيث لا بد من وجود حد أدنى من التغطية الإعلامية للموضوع، ذلك يفسر اعتبار الحملات الانتخابية مجالا خصبا لنمو دراسات الأجندة، وذلك لتركيزها على موضوعات محددة خلال فترة معينة، ووجد بعض الباحثين أن حجم ومقدار التغطية لموضوع ما من أهم العوامل اللازمة لحدوث تأثيرات الأجندة، وتناولت تلك الدراسات عدة خطوات أساسية يمكن لوسائل الإعلام استخدامها لضمان تحقيق كثافة التغطية وبالتالي تأثيرات الأجندة وهي:

- أن وسائل الإعلام تقوم بإبراز الأحداث والموضوعات.
 - اختلاف الموضوعات يحتاج إلى اختلاف في حجم ونوع التغطية.
 - لا بد من استخدام أسلوب يسهل على الجمهور فهمه.
 - إن الكلمات المستخدمة تؤثر على إدراك الأفراد بأهمية الموضوع.
 - الربط بين هذه القضايا وبعض الرموز والشخصيات الهامة.
 - الاستعانة ببعض المواطنين الموثوق فيهم للحديث عن ذلك الموضوع
- وأكدت بعض الدراسات أن الموضوع الذي يحظى بتغطية واهتمام أعلى سيؤدي إلى سرعة حدوث تأثيرات الأجندة في وقت أقل من الموضوعات التي تحظى باهتمام إعلامي أقل مع الأخذ في الاعتبار متغير مراحل تطور القضية⁽¹⁾.

3. المدى الزمني لوضع الأجندة⁽²⁾:

اختلف الباحثون في تحديد الإطار الزمني لحدوث تأثيرات الأجندة، حيث ذهب البعض إلى أن الفترة اللازمة لحدوث انتقال أجندة الموضوعات من الوسيلة إلى الجمهور تتراوح من شهرين إلى سنة أشهر، بينما رأى البعض الآخر أن الإطار الزمني لحدوث الأجندة يتراوح من أربعة إلى ستة أسابيع، وقد

⁽¹⁾-Cangheong Lee, Reconciling cognitive Priming VS ?obtrusive contingency Hypotheses. An Analytical Model of Media setting effects. gazette vol, 66. No.2, 2004, pp153-163.

⁽²⁾ _محمد فوزي شهاب الدين، مرجع سابق، ص51.

يرجع ذلك إلى اختلاف ظروف الدراسات واختلاف أبعادها ومتغيراتها، كما أكدت العديد من الدراسات أو وسائل الإعلام تقوم بدورها في وضع الأجندة في أوقات الانتخابات بشكل أكبر من دورها في غير أوقات الانتخابات.

المطلب الخامس: الانتقادات الموجهة لنظرية وضع الأجندة (ترتيب الأولويات):

رغم أهمية نظرية وضع الأجندة في مجال تفسير تأثير وسائل الإعلام على الجمهور والمزايا العديدة التي حققتها إلا أنه وجهت إليها مجموعة من الانتقادات منها:

- يرى دينيس ماكويل أن هذه النظرية لها حدود واتصال من زوايا عديدة مع مداخل أخرى وهي ليست واضحة بما فيه الكفاية مثل نظرية الاستخدامات والإشباع، ونموذج انتشار المعلومات، وبالتالي عدم كفايتها كنظرية ومرشد في البحث، ويرى أنه من الأفضل أن تعمل في إطار نظرية التعلم والتنشئة الاجتماعية⁽¹⁾.

- هناك العديد من البراهين التي تؤكد على أن وظيفة الأجندة لا تحدث بنفس الدرجة، بالنسبة لكل القضايا والأفراد، كما أن حجم الانتباه يتسم بالحدودية ولا يتسع لكل القضايا المثارة، وبالتالي فإن هناك ميل لدى الأفراد بالتركيز على قضايا وإهمال قضايا أخرى، بالإضافة إلى اختلاف الآراء حول المدى الزمني لحدوث تأثيرات وضع الأجندة⁽²⁾.

- يعتبر وضع الأجندة إجراء متغيرا وفعالا بمعنى أن التغيرات في التغطية الإعلامية تتسبب في إثارة الإدراك للقضايا، وأظهرت بعض نتائج البحوث أن وضع الأجندة لا تؤثر على الإدراك الماضي، وأن زيادة التغطية التلفزيونية لقضايا ما يؤدي إلى زيادة إدراك الجمهور لتلك القضية والعكس صحيح، كما ثبت أن وعي الجمهور له نفس التأثير على التغطية التلفزيونية، ومن ثم فإن التحليل الديناميكي ينتهي⁽³⁾.

(1) _محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003م، ص 63

(2) _محمد فوزي شهاب الدين، دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحرين، مرجع سابق، ص 44.

(3) _مثال مزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2012م، ص 332.

-تركز الدراسات التي أجريت في مجال نظرية وضع الأجندة خلال الفترة (1930م-1980م) على دور وسائل الإعلام التقليدية في وضع أجندة الجمهور، أما الآن فمع تطور تكنولوجيا الاتصال بشكل عام وظهور وسائل اتصال حديثة ومتنوعة لم يعد الجمهور مخلصا لوسائل الإعلام التقليدية، بل أصبح يبحث بنفسه من خلال هذه الوسائل الحديثة عن المعلومات التي يريدتها وعن التسلية والترفيه وبالطريقة التي تعجبه⁽¹⁾.

-إن نظرية وضع الأجندة لم تكن مفصلة بشكل كاف، ولم تكشف عن السببية بشكل منهجي، وأن البحث حول وظيفة وضع الأجندة كان مقصورا على الصحافة المطبوعة في الوقت الذي كان يجب أن تركز على الوسيلة الرئيسية للمعلومات في المجتمعات الغربية وهي التلفزيون⁽²⁾.

-أغلب الدراسات المنشورة عن هذه النظرية لم تعتمد على تصميمات منهجية تمكن من البرهنة على العلاقة السببية بين أجندة وسائل الاتصال وأجندة الجمهور⁽³⁾.

-لقد استخدمت نظرية ترتيب أولويات الاهتمام بطريقتين الأولى: تحليل المضمون لتحديد أولويات اهتمام وسائل الإعلام والثانية: الاستقصاء لتحديد أولويات اهتمام الجمهور ويرى بعض الباحثين أن هاتين الطريقتين ليست ناجحتين في تحديد كل من أولويات الوسائل وأولويات الجمهور، فقد اتجهت بصوت ترتيب أولويات الاهتمام في البداية إلى تحديد مجموع أولويات الوسائل الإعلامية والتعامل معها ككتلة واحدة مما جعل بعض النقاد يشكك في مصداقية هذه الأولويات. ويعتبرها من صنع الباحث، ومن صنع المنهج الذي استخدمه وليست هي الأولوية الحقيقية لوسائل الإعلام، وفي ذلك يقول بلود "Blood" إن الاتجاه نحو دراسة قضية واحدة هو اعتراف بأن مجموع أولويات وسائل الإعلام، وهي تلك القضايا التي يحددها الباحث إنما هي من صنع المنهج المستخدم، "أما سلس "Sels" فينفي أن تكون هناك أولويات لوسائل الإعلام أصلا ويعزو ذلك إلى طريقة التحليل⁽⁴⁾.

(1) _نسرين محمد عبده، حسونة نظريات الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص 19.

(2) _سماح محمد، دور العصف المصرية في ترتيب أولويات الجمهور نحو قضايا ذوي الاحتياجات الخاصة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، 2009م، ص 544.

(3) _محمد عبد الحميد نظريات الاتصال واتجاهات التأثير، عالم الكتب، دط، القاهرة، 2004م، ص 102.

(4) -Blood w, Media Agenda-setting theory, point of Departure, paper presented to the political communication, Division, international communication Association, 93th, Annual conference sanFrancisco, may, 1989, p7.

-تعدد الأساليب المنهجية التي تستخدم لإجراء هذه البحوث، فضلا عن إغفال الطبيعة التراكمية للرسائل التي تبنتها وسائل الإعلام، وغياب الأسس النظرية التي تنبني عليها هذه البحوث لأنها تركز على الموضوعات المتخصصة والتي تقدمها وسائل الإعلام بدلا من فحص مجالات الاهتمام الممكنة التي تنقلها وسائل الإعلام للناس، حيث تكمن قدرة وسائل الإعلام في تحديد وتأكيد الموضوعات المثيرة للجدل من بين سياق أكبر من الموضوعات العامة، كذلك ركز الباحثون على تأثير وسائل الإعلام على المدى القصير في حين أن الرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام تشكل معارف تراكمية يمكن أن تحقق الأثر الإيجابي على المدى الطويل⁽¹⁾.

-أغلب بحوث ترتيب الأولويات جرت في الولايات المتحدة الأمريكية الأمر الذي دفع المهتمين لبحوث الإعلام المقارن بوصفها بال محلية، والقول أن التحدي الذي يواجهها هو خروجها خارج المجتمع الأمريكي فلا يوجد نظام سياسي متساو تماما مع المجتمع الأمريكي، ولا تشجع كل ثقافة سياسة الإعلام على وضع أولويات الجمهور، كما أن السياسيين والبيروقراطيين سيأثرون غالبا بالقوة والنفوذ لوضع الأولويات، وأن ثمة دلائل قوية ترجح اختلاف خبرة الشعوب وتعاملها مع نظرية ترتيب الأولويات⁽²⁾.

المطلب السادس: مدى تطبيق نظرية ترتيب الأولويات على هذه الدراسة:

تدور الفكرة الأساسية في نظرية ترتيب الأولويات حول أن هناك علاقة وثيقة بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الموضوعات والقضايا، وبين ترتيب أهمية هذه الموضوعات كما يراها هؤلاء الذين يتابعون الأخبار بمعنى أن القنوات التلفزيونية هي التي تحدد الأولويات التي ستتناولها الأخبار فهي تعطي أهمية خاصة لهذه الموضوعات مما تصبح من الأولويات الهامة لدى الجمهور.

وبما أن المشكلة البحثية لهذه الدراسة حول الالتزام بالقواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الإعلامية الإخبارية الناطقة بالعربية (Fe24. BBC)، من خلال التعرف على الأخبار، والقضايا، والموضوعات التي تقوم القنوات الإخبارية (عينة الدراسة) من خلال النشرات الإخبارية بانتقائها، واختبارها، والتركيز عليها، وإبرازها للجمهور، ونوعية هذه القضايا، وحجم الاهتمام بها والشخصيات المحورية، من خلال المساحات، ووسائل الإبراز، وتكرار العرض، ومدى التزامها بالقواعد في عرضها للمادة الإخبارية.

⁽¹⁾ _حسن عماد مكاوي، دور تلفزيون سلطنة عمان في وضع القضايا الإخبارية لجمهور المشاهدين دراسة مسحية لهيه من طلاب

جامعة سلطنة عمان، مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، ديسمبر 1991م، ص 124.

⁽²⁾ _محمد شومان، دور الإعلام في تكوين الرأي العام، حرب الخليج نموذجا، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2000، ص 177.

المبحث الثالث: نظرية الأطر الإخبارية:

تعتمد هذه الدراسة على نظرية لها أهميتها في مجال الدراسات الإعلامية، وذات صلة بموضوع الدراسة وهي نظرية الأطر الخبرية «News Framing Analysis» وتعد النظرية واحدة من الروافد النظرية الحديثة في دراسات الاتصال حيث تسمح لقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتقدم تفسير منتظما لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حول القضايا البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا⁽¹⁾.

ويتفق الباحثون في المجال الإعلامي على أن وسائل الإعلام ساعد الأفراد في تفسير الأحداث التي تقع في العالم من حولهم لما تتضمنه رسائلها من قضايا وأشخاص وأحداث مع إضفاء أهمية على هذا المحتوى، فوسائل الإعلام لا يقتصر دورها على مجرد تقديم المحتوى الإخباري فهي تقوم أيضا ببناء معنى لهذا المحتوى من خلال تأطيره وفق زوايا وجوانب معينة يمكن من إجراء تقويمات وأحكام بشأنه وهذا ما يزيد من أهمية النظرية وتطبيقاتها في مجال الدراسات الأكاديمية، فالتأطير يمثل خطوة مهمة في عملية إنتاج المواد الإخبارية⁽²⁾.

المطلب الأول: نشأة نظرية الأطر الإخبارية

لا تقتصر العلاقة القوية بن نظريتي وضع الأجندة والتأطير على مجرد التعريف والمفهوم، وخاصة وأن كثيرا من الباحثين ينظرون لنظرية التأطير على أنها امتداد طبيعي لوضع الأجندة التي صاغ فروضها واختبرها كل من Shaw و Mc Combs عام 1972 ويرونها المستوى التالي من النظرية الأم ويقصدون بالطبع نظرية وضع الأجندة⁽³⁾ وتوجه عديد من الباحثين للتمييز بين المرحلين الأولى والثانية من عملية وضع أجندة الأوليات عبر استخدام مصطلح للدلالة على سمات القضية على ان تمة اختلاف أساسي يفصل بين أدبيات البحث الخاصة بالأطر وتلت الخاصة بالمرحلة الثانية لوضع الأجندة من ناحية اهتمام الأخيرة بفحص تأثيرات الأطر على الجمهور في تحديد الأولويات اهتمامه، بينما ركزت عديد

(1) _حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط6، مصر، 2006م، ص 384

(2) _أحمد زكريا احمد، نظريات الاعلام. مدخل الاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها، المكتبة العصرية، مصر، دون سنة، ص 217

(نقلا عن نصيرة تامي، مرجع سابق ص ٠)

(3) _أحمد زكريا احمد، نظريات الاعلام. مدخل الاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها، المكتبة العصرية، ط 1، مصر: 2009 ص 235

من دراسات تحليل الأطر على مجرد بحث الأطر في حد ذاتها" (1).

ويرد الدكتور أحمد زكريا أحمد (2).

"نجدان نشأة وتطور نظرية التأطير ارتبطت إلى حد كبير بميلتها في نظرية وضع الأجندة رغم أن صياغة نظرية التأطير تمت بعد عامين من صياغة واختبار الفروض وضع الأجندة ففي عام 1974 اقترح Goffman في نظرية تحليل أطر كمدخل مفيد في تنظيم الخبرات (3)، وهو علم الاجتماع الذي يؤكد الباحثون أنه أول باحث أوضع مفهوم الأطر، وبالرغم من ذلك فلم يكن Goffman الباحث الوحيد الذي اهتم بمفهوم التأطير ذلك أن إسهامات Tuckman و Berger (1967) تمثل محاولات جادة لتطوير هذا المفهوم، وينسب إلى Tuckman الفضل عام 1976-1978 في توسيع المفهوم النظري وتحليل الأطر ليشمل مضمون التغطية الإعلامية للنصوص الإخبارية فقد كان أول تطبق عملي لفهم عملية التأطير في المحتوى الإخباري في إسهامها الذي قدمه عام 1978 بعنوان صناعة الأخبار Makiny News الذي أوضح من خلال القرارات الذاتية للصحفيين بشأن الأحداث التي يقررون تغطيتها وكيفية قيامهم بذلك أن العمل الإخباري تحكمه مجموعة من المعايير التنظيمية والمهنية المجردة، ومنها استخدام الأطر المسبقة لتغطية هذه الأحداث، وقد تمثل الهدف من استخدام Tuckman لمصطلح التأطير في التأكيد على دور المعايير الروتينية أو العوامل المهنية المؤثرة في العمل الإخباري باستخدام أطر بعينها وأنه من خلال التأطير يصبح المحتوى الإخباري كنافذة على العالم (4).

وقد نشأت نظرية "الأطر الخبرية" على يد عالم الاجتماع Goffman 1974، وهو عالم الاجتماع الذي يؤكد الباحثون أنه أول باحث أوضح مفهوم الأطر وعرفها باعتبارها أسس تنظيم الأحداث الاجتماعية وأشكال المعرفة الإنسانية بهدف توثيقها وتدعيمها (5).

(1) _ محمد فضل الحديدي، نظريات الاعلام اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والراي الغام ن مكتبة دمياط مصر، 2006ص161

(2) _ نظريات الاعلام، مرجع سابق، ص 236.

(3) _ المجرع نفسه، ص 236 نقلا عن:

M-Mark Miller and Bôme parnal Riechert (1997) , op, cit

(4) _ أحمد زكريا أحمد، مرجع سابق، ص 237 نقلا عن

Roya Akhavon and Majid and jyotika Ramparasad, 2000, op, cit

(5) _ أحمد زكريا أحمد، نظريات الاعلام، مدخل للاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها، مرجع سابق، ص 237.

ونسب إلى Tuckman الفضل عامي 1976-1978 في توسيع المفهوم النظري لتحليل الأثر ليشمل مضمون التغطية الإعلامية للنصوص الإخبارية⁽¹⁾.

فقد كان أول تطبيق عملي لفهم عملية التأطير في المحتوى الإخباري في إسهامها الذي قدمه عام 1987 بعنوان صناعة الأخبار Makiny News الذي أوضح من خلال القرارات الذاتية للصحفيين بشأن الأحداث التي يقررون تغطيتها وكيفية قيامهم بذلك أن العمل الإخباري تحكمه مجموعة من المعايير التنظيمية والمهنية المجردة ومنها استخدام الأطر المسبقة لتغطية هذه الأحداث وقد تمثل الهدف من استخدام Tucuman بمصطلح التأطير في التأكيد على دور المعايير الروتينية أو العوامل المهنية المؤثرة في العمل الإخباري باستخدام أحد يعينها وأنه من خلال التأطير يصبح المحتوى الإخباري كنافذة على العالم⁽²⁾.

ثم قدم Todd git lin عام 1980 مفهوم التأطير لبحوث الاتصال الجماهيري من خلال دراسة لتغطية شبكة CBS الأمريكية لأنشطة الحركة الطلابية ومدى علاقتها بأعمال الشعب والاضطرابات التي وقعت خلال عقد الستينات من القرن الماضي حيث ارتكز تأطيرها لهذه الحركة على تمثيلها والتهوين من شأنها على صعيد المجتمع الأمريكي⁽³⁾.

ومثلت إسهامات Gitlin مرحلة جديدة في مسيرة تطور دراسات نظرية الأثر وذلك من خلال الاختبار الأمريكي الناضج للنظرية، وتلتها الدراسات التي أجراها كل من "Long and "Lony" خلال الفترة الزمنية الممتدة من (1981-1983)، والتي أكد من خلال الباحثان على أهمية الأثر الإخبارية في عملية تصنيف الأحداث المختلفة ضمن فئات محددة يسهل فهمها من قبل أفراد الجمهور⁽⁴⁾.

وفي عام 1989 توصل كل من "Gemson and Modigliani" في دراستهما لقضية الطاقة النووية، إلى وجود ارتباط قوي بين التغير في أطر التغطية الخبرية بوسائل الإعلام لقضية الطاقة النووية

(1) _المرجع السابق، ص 237.

(2) _أحمد زكريا أحمد، نظريات الاعلام، مرجع سابق، ص 237.

(3) _المرجع نفسه، ص 238.

(4) _ميرال مصطفى عبد الفتاح، معالجة القضايا الخارجية في التراث الاخبارية الانجليزية التي تقدمها القنوات الفضائية العربية، ص 51-

والتغير في اتجاهات الجمهور نحو القضية ذاتها⁽¹⁾.

وبتوالي دراسات الأطر الخبرية، بدأ تشكيل خلال عقد الثمانيات من القرن الماضي بالولايات المتحدة الأمريكية ملامح مدخل نظري جديد يضرب جذوره في أسس ومفاهيم التفاعل الرمزي وبناء الواقع الاجتماعي، حيث أصبح هذا العقد يمثل مرحلة جديدة في تطور نظرية الأطر، فهذه المرحلة كانت بمثابة الاختبار التطبيقي لفروض النظرية الذي فتح نافذة الابتكارات الفكرية، وتصميم دراسات أكثر تطوراً مع بداية التسعينات، وواصل الباحثون إسهاماتهم الأكاديمية المتنوعة، والتي أضاحت لدراسات الأطر تراكمية علمية ساهمت في تطورها وخصوصيتها منها دراسة سنة 2000 استخدمت Peiper تحليل الأطر الإخبارية في رصد التباين في تناول وسائل الإعلام الأمريكية لإحدى القضايا الاقتصادية البارزة، ثم عام 2004 تم تصنيف نظرية الأطر الجزئية على الأفراد وليس على القضايا أو الموضوعات، حيث قامت إحدى الدراسات باختبار كيف تناولت الصحافة الأمريكية وصف العرب والعرب الأمريكيين والأمريكيين بعد أحداث 11 سبتمبر⁽²⁾.

ولقد شهدت نظرية الأطر مرحلة أكثر عمقا وتقدماً سميت بمرحلة النماذج التفسيرية التي اقترحها العديد من الباحثين بهدف التعمق في دراسة الأطر، وكانت بداية هذه المرحلة منذ عام 1993 من خلال النموذج الذي اقترحه Entman في دراسته المشار إليها سابقاً⁽³⁾، وأصبح مصطلح الأطر خلال العقود الماضية موضوع لكثير من البحوث في مجال ترتيب الأولويات كمدخل لفهم وسائل الإعلام وتأثيراتها في ترتيب أولويات الجمهور نحو القضايا⁽⁴⁾.

ومن ثم فإن مصطلح تأثيرات الأطر Framing Affects يوضح أن هناك علاقة بين نظريتي الأطر الخبرية news Framing وترتيب الأولويات Agenda setting حيث تركز كلتا النظريتين على ادراك الجمهور للواقع وبناء المعنى، وأضاف كل من Price and Tewkesbury (1997) أن نظرية

(1) _ نصيرة تاي، المعالجة الإعلامية لطاهرة الإرهاب مرجع سابق ص 65.

(2) _ ميرال مصطفى عبد مصطفى عبد الفتاح، معالجة القضايا الخارجية في النشرات الاخبارية الانجليزية التي تقدمها القنوات الفضائية

العربية، مرجع سابق، ص 52.

(3) _ أحمد زكريا أحمد، مرجع سابق، ص 239-240.

(4) _ نصيرة تامي، المعالجة الإعلامية، لظاهرة الارهاب، ص 66.

ترتيب الأولويات تسعى إلى بروز القضية أو كيفية صياغة القضايا⁽¹⁾ العامة لكي يقدمها إلى جمهور وسائل الإعلام، ومن ثم فإن الأطر الإخبارية تقوم بالتأثير في الرأي العام من خلال إبراز جوانب محدودة القصة الإخبارية وبالتالي تنشيط اتجاهات وأفكار معينة في أذهان المتلقين، ولذلك فإن كلتا النظريتين تفترضان أن الرسائل الإعلامية تساعد المتلقين في اتخاذ القرار بشأن القضية المثارة، وذلك بواسطة الخبرة التي يتم استدعائها من قبل الأفراد عند إصدار الأحكام⁽²⁾.

والمتتبع للتطورات الحاصلة التي تشهدها دراسات التأطير يمكن حصرها في الآتي:⁽³⁾

- بروز تيار الدراسات التي تناولت التأطير وفق منظور خارجي من دراسة ظواهر وأحداث وقضايا تاريخية.

- الاتجاه لدراسة الأطر خلال مدة زمنية ممتدة أمّا خلال فترات زمنية مختلفة لحدث أو قضية أو مشكلة أو ظاهرة وأمّا خلال فترة زمنية واحدة تتجاوز ثلاث سنوات.

- شغل القضايا السياسة المساحة الأكبر في الدراسات المختلفة للأطر مقارنة مع مختلفة الأحداث والقضايا لكن في المقابل شهدت دراسات الأطر اتساع دائرة التطبيق الأكاديمي على قضايا وأحداث أخرى.

- اتساع دراسات الأطر منهجيا واجرائيا من حيث الأدوات والاساليب المستخدمة في تحليل المضمون بشقيه الكمي والكيفي، وأنها شملت أيضا تحليل الخطاب والمقابلات المتعمقة مع منتجي النصوص والرسائل الإعلامية، وتحليل السلاسل الزمنية والتحليل الدلالي والاسلوبي⁽⁴⁾.

(1) _غادة شكري محمود، الأطر الخبيرة للعلاقات العربية الأمريكية في الصحف العربية الدولية قبل وبعد 11 سبتمبر، ص 94 نقلا عن نصيرة تامي، مرجع سابق، ص 66.

(2) _غادة شكري محمد، مرجع سابق، ص 94. نقلا عن نصيرة تامي، مرجع سابق، ص 67.

(3) _أحمد زكريا أحمد، مرجع سابق، ص 241.

(4) _المرجع نفسه، ص 241-242.

المطلب الثاني: مفهوم الإطار أو التأطير:

لقد قدم العديد من الباحثين تعاريف مهمة لمفهوم الإطار كل حسب خلفيته المرجعية، وباب العلم الذي ينتمي إليه، والمدرسة التي استزاد منها، وتختلف تعاريفهم ومحدداتهم لهذا المفهوم.

حيث يرى أحمد زكريا أحمد⁽¹⁾، "أن هناك خلط واضح بين الأطر والتأطير رغم الاختلاف في المعنى لهذين المصطلحين فالأول يشير إلى اختزال مغل للمقصود بنظرية التأطير بينما الثاني أعم من سابقه وأكثر فائدة لأنه يُشير لتأطير كعملية تفاعلية يتعدد أطرافها وفق سياق ما."

" فهناك ثلاثة مصطلحات صريحة تدل على التأطير رغم الفروق العملية الدقيقة بينها هي التأطير Framing الذي يشير إلى عملية التأطير كعملية اتصال جماهيري متعددة الأطراف والأطر Frames أو الإطار Frame وهو يشير إلى الزوايا والجوانب التي يتم من خلالها تغطية الأحداث والموضوعات والشخصيات والقضايا المختلفة وتأثيراتها على الجمهور"⁽²⁾.

"ويعتبر مفهوم الإطار أو التأطير الإعلامي أحد المفاهيم الجوهرية التي يتفاعل في تكوينه العديد من المداخل النظرية التي تسعى لتناول دور وسائل الإعلام وتأثيراتها، كما يعتبر بدوره المكون الرئيسي لنظرية تحليل الأطر الخبرية"⁽³⁾.

ويقصد بـ"الإطار Frame أو "التأطير Framing اصطلاحاً الاختيار والتركيز واستخدام عناصر بعينها في النص الإعلامي لبناء حجة أو برهان على المشكلات ومسبباتها وتقييمها وحلولها"⁽⁴⁾

ونفترض نظرية تحليل الأطر الخبرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين وإنما نكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار (Frame) يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق، وذلك بالتركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى.

(1) _أحمد زكريا أحمد، مرجع سابق، ص 233.

(2) _المرجع نفسه ص 219.

(3) _نصيرة تاي، مرجع سابق، ص 55.

(4) _مرفت الطرابيشي وعبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، مصر 2003، ص 223.

لقد سعى العديد من الباحثين لتحديد مفهوم "الإطار" أو "التأطير" ومن أشهرها هي محاولة "Robert Entman" (1993) بأنه "اختبار بعض الجوانب من الواقع دون غيرها وجعلها أكثر بروزا في النص الإعلامي، وإتباع أسلوب أو مسار معين يتم من خلاله تحديد المشكلة أو القضية وتفسير أسباب حدوثها وكذلك التقسيم الأخلاقي لأبعادها وجوانبها المختلفة، فضلا عن طرح حلول توصيات بشأنها"⁽¹⁾.

ولذلك فإن عملية بناء الاتساق المعرفية أو الأطر تعتمد في البداية على ما هو قائم من رموز وتلميحات واستخدامها في تأكيد أو تعزيز معاني الاتصال في وسائل الإعلام⁽²⁾.

ومن هنا كانت الفكرة الرئيسية لتشكيل الإطار على أنه تنظيم للأحداث وربطه بسياقات معينة ليكون النص أو المحتوى معنى معيناً ويؤكد "Robert Entman" على تأثير الأطر لا يتحقق فقط من خلال إبراز بعض الجوانب في الأحداث أو الوقائع وتكون أيضا من خلال الحذف أو الإغفال لجوانب أخرى أو تقديم توصيات خاصة من جانب القائم بالاتصال⁽³⁾.

ووفقا لـ Gamson عام 1989. يعني الإطار "Frame" هو الفكرة المحورية المنظمة التي يختارها المندوب الإخباري لإلقاء الضوء على الأحداث التي يتم تغطيتها ولتحديد هذه الفكرة أو "الإطار" يتم تنظيم الحقائق، وإضفاء معاني عليها عن طريق وضعها في إطار عام لما يعطيها تماسكا، ويتم ذلك عن طريق التركيز على بعض الحقائق وإبرازها، وإغفال البعض الآخر وتجاهله⁽⁴⁾.

فمفهوم "الأطر" يركز على الانتقاء والبروز، وتقوم الأطر بتشخيص، تقسيم، ووصف نقطة محددة فمثلا إطار الحرب الباردة ظل مسيطرا على تغطية النصوص الإخبارية الأمريكية للشؤون الخارجية حتى وقت قريب.

⁽¹⁾ -Robert, M, Entman Framing toward clarification of a Fractured paradigm journal of communication Vol-43 N° 41993, p.p 51-52.

⁽²⁾ _محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، علم الكتب، ط3، مصر، 2004م، ص 402.

⁽³⁾ _المرجع نفسه، ص 404.

⁽⁴⁾ _أحمد زكريا أحمد، مرجع سابق، ص 220.

فقد كان يلقي الضوء على أحداث وشؤون خارجية معينة، خاصة الحروب الأهلية باعتبارها مشكلات يحدد أسبابها المتمردون الشيوعيون، ويقوم أحكاما أخلاقية بأنهم أعداء ملحدون، ويقترح بعض الحلول لها كضرورة تدخل الولايات المتحدة ودعمها لخصوم هؤلاء المتمردين⁽¹⁾.

"وقدم Tuchman 1978 تعريف للأطر الخبرية والتي تعتبرها جزءا من الواقع اليومي، كما تعمل على تنظيمه، فهي خاصة أساسية للأخبار"⁽²⁾.

"كما عرفت "Neumann étal 1992" الأطر بأنها أدوات معرفة تعتمد عليها الإعلام والأفراد في التغطية والتعبير وتقسيم المعلومات"⁽³⁾.

"وكما يرى Stephen أن الأطر تهتم بكيفية اتحاد الاهتمامات والمصادر والثقافة والإعلام لانتاج أساليب منظمة لفهم العالم المحيط، وكيف تتطور هذه الأساليب باستخدام جميع الموارد اللفظية والمرئية المتاحة"⁽⁴⁾.

وهكذا فإن لمفهوم الأطر الخبرية معنيان هما:

المعنى الأول: يشير إلى العملية التي يقوم من خلالها القائمون بالاتصال بتشكيل المحتوى الإخباري من خلال التركيبات الضمنية للمعاني.

المعنى الثاني: يشير على تأثير الأطر التي تقدمها وسائل الإعلام على إدراك الجمهور للقضايا المختلفة حيث أن الجمهور يبني نفس الأطر التي تستخدمها وسائل الإعلام في طرح القضايا المختلفة⁽⁵⁾.

وفي ختام عرضنا لهذه المفاهيم ندرج مفهوم الباحث أحمد زكريا أحمد، "التأطير" الذي يراه عبارة عن عملية تفاعل بين أطراف ومكونات عملية الاتصال الجماهيري يحكمها سياق ثقافي معين، تبدأ

(1) _ هبة شاهين، الأطر الاخبارية لقضايا الشرق الاوسط في شبكة CNN الاخبارية الامريكية، دراسة تحليلية لبرنامج uniside the middleeast، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد 27 كلية الاعلام، جامعة القاهرة، سبتمبر 2007، ص 199. نقلا عن نصير تامي، مرجع سابق، ص 58.

(2) _ نقلا عن نصيرة تامي، ص 59. Robert, M, Entnuan, CP, cit, p 51-58.

(3) _ غادة شكري محمود "الأطر الخبرية للعلاقات العربية- الامريكية والصحف العربية الدولية قبل وبعد 11 سبتمبر، المرجع سابق، ص 90 نقلا عن نصير تامي، مرجع سابق، ص 59.

(4) _ المرجع نفسه، ص 92.

(5) _ نصيرة تامي، مرجع سابق، ص 60.

بانتقاء القائم بالاتصال والوسيلة الإعلامية لبعض جوانب الواقع والتركيز عليها ببروزها في نصوصها المختلفة باستخدام آليات وأدوات أخرى في ضوء معايير ومتغيرات مهنية وأيديولوجية لتأثير في استجابات الجمهور تجاه محتوى هذه النصوص أما بتبنيه لهذه الجوانب بدرجات ومستويات مختلفة أو العمل على إعادة تأطيرها وفقا لمعايير وعوامل خاصة بأفراده⁽¹⁾.

وهذا المفهوم الذي طرحه الباحث أحمد زكريا أحمد هو الأقرب إلى دراستنا للأسباب الآتية:

-لأنه يمزج فيه بين مفهومي Entman و Goffman بحيث يراعي عنصرين مهمين في عملية الاتصال الجماهير وهي النص الصحفي (البعد التكميلي) والجهود (البعد التأثيري) دون إغفال مكونات العملية الاتصالية.

-تحدث عن أدوات وآليات التأطير في ضوء معايير ومتغيرات مهنية وايدولوجية.

وتحدث على دور القائم بالاتصال أو الوسيلة الإعلامية في مجلة انتقاء والتركيز على إبراز نصوص وقضايا معينة، وهي من العناصر الأساسية في الإطار الإعلامي، وبما أن دراستنا ينصب اهتمامها في إبراز هذه الأدوات كالمعايير المهنية والأيديولوجية في تشكيل أطر مضامين الرسالة الإعلامية الإخبارية للقنوات الناطقة بالعربية اتجاه القضايا المختلفة.

المطلب الثالث: أنواع الأطر الخبرية:

توجد عدة أنواع لأطر المستخدمة في تناول الموضوعات الإخبارية لكن توصل كل من Valkenburg and Semetko إلى وجود عدة أطر إخبارية مهيمنة يتم استخدامها بشكل متكرر وهي:

1. إطار الصراع: يؤكد هذا الإطار على عنصر الصراع بين الأفراد، الجماعات، المؤسسات، وكثيرا ما يستخدم أثناء الحملات الانتخابية حيث يتحول المشكلات الاجتماعية والسياسية المعقدة إلى صراعات بسيطة وأكدت دراسة (Neumanetal) أن وسائل الإعلام تعتمد على قليل من الأطر الأساسية في معالجتها وتغطيتها للإحداث والقضايا المختلفة، ويعد إطار الصراع هو الأكثر شيوعا

(1) _أحمد زكريا أحمد، مرجع سابق، ص 233.

واستخداما، ويستخدم هذا الإطار بشكل كثير في تغطية النصوص الإخبارية للحملات الانتخابية الرئاسية الأمريكية، حيث يؤدي إلى حدوث فوضى ونشوب عدم ثقة لدى الجمهور في القادة السياسيين، ومن ثم فهذا الإطار يشير إلى النزاع، حيث يتم التركيز على نقاط الاختلاف بين الطراف المختلفة⁽¹⁾.

2. إطار الاهتمام الإنساني: يعد هذا الإطار من أكثر الأطر استخداما وشيوعا في تأطير الأحداث والقضايا، حيث يهتم بالزاوية العاطفية في تقديم الحدث أو القضية أو المشكلة مع اضماء الطابع الشخصي عليها، وهذا يعطي صفة مميزة للإطار الخبري المستخدم في التغطية⁽²⁾.

ووصفت (Neumann) هذا الإطار بأنه إطار التأثير الإنساني وهو يعد بالإضافة لإطار الصراع من أكثر الأطر شيوعا واستخداما، لأنه يراعي الجانب الإنساني في المعالجة الإعلامية ويمثل تأطير الأخبار في حدود الاهتمام الإنساني، وسيلة مهمة لإضماء الطابع الدرامي المشوق على الأخبار⁽³⁾.

3. إطار النتائج الاقتصادية: وهو يهتم بإبراز النتائج الاقتصادية للحدث، القضية، الموضوع، والمشكلة وتأثيرها على الفرد أو الجماعة أو المؤسسة أو الدولة. وغالبا ما تؤثر الأخبار في حدود التأثير الاقتصادي الفعلي أو المحتمل أو نتائجه على الجمهور، ويعكس هذا الإطار الانشغال بقرار المكسب والخسارة⁽⁴⁾.

وغالبا ما يستخدم المحررون إطار النتائج الاقتصادية بهدف إيجاد قضية تناسب جمهورهم وتلفت انتباههم فالتأثير الاقتصادي لحدث ما يكون بمثابة قيمة إخبارية مهمة تساهم في تحديد الأحداث التي ستصبح قصصا إخبارية⁽⁵⁾.

4. الإطار الأخلاقي: يضع هذا الإطار الحدث المشكلة القضية، في سياق العقائد الدينية أو الأعراف الأخلاقية، ومن هذا النوع من الإطار يتم الالتزام بالموضوعية خلال عرض بعض الاقتباسات

(1) _ نصيرة تامي، مرجع سابق، ص 98.

(2) _ نخلة مظفر أبو رشيد، المعالجة الإخبارية لقضايا الدول النامية في الفضائيات العربية، مرجع سابق، ص 104 نقلا عن نصيرة

تامي، مرجع سابق، ص 98.

(3) _ نصيرة تامي، مرجع سابق، ص 98

(4) _ نخلة مصطفى أبو زيد، مرجع سابق، ص 104 نقلا عن نصيرة تامي، ص 99.

(5) _ نصيرة تامي، مرجع سابق، ص 99.

المرجعية وتؤكد دراسة Neuman وزملائها (1992) على أن هذا الإطار يعد أكثر الأطر رسوخا في عقول الأفراد إلا أنهم قاموا بتضييف هذا الإطار ضمن الاستخدام المتعدد في التحرير الصحفي⁽¹⁾، فعلى سبيل المثال عند معالجة قضية حساسة كانتشار الايدز يمكن للمراسل الاستعانة بشخص آخر لطرح أسئلة مخرجة، أو استخدام الصور لإيصال أفكار معينة، ويتم معالجة القضية بتمرير رسائل أخلاقية في ضوء أعراف اجتماعية محددة بين أفراد المجتمع.

5. إطار المسؤولية: يقدم هذا الإطار الحدث أو القضية أو المشكلة أو الموضوع في شكل ارجاع المسؤولية تجاه ظهورها أو حلها على الحكومة أو الأفراد أو الجماعات ويقسم (shamto jyenger and Adam Simon) إطار المسؤولية إلى أبعاد سببية وأبعاد معالجة.

فالمسؤولية السببية هي التي تركز على أصل القضية أو المشكلة، أما مسؤولية المعالجة هي التي تركز على من لديه المقدرة لحل المشكلة أو القضية بالكامل⁽²⁾.

فمثلا: لتوضيح قضية الفقر فإن المسؤولية السببية تهتم بالعمليات التي يصبح الناس بموجبها فقراء بينما تسعى مسؤولية المعالجة لتأسيس ما يمكن انجازه لتوفيق أو إبقاء حالة الفقر.

وهكذا تصل إلى القول إن إطار المسؤولية السببية يركز على تحديد أسباب القضية أو المشكلة أما إطار مسؤولية المعالجة يركز على الأفراد والأشياء التي تمتلك القوة للتخفيف من حدة القضية يهدف معالجتها وتجنب آثارها⁽³⁾.

6. الأطر إيجابية والأطر السلبية - ميز J.Davis عام بين نوعين هما كالآتي⁽⁴⁾ :

- الأطر الإيجابية: وهي التي تقدم صورا مشرفة و بآمال كبيرة في معالجة القضايا والمشاكل.

- الأطر السلبية: هذا النوع من الأطر يتبنى توجهها متشائما، حيث يركز على سرد الجوانب السلبية للقضايا دون إعطاء أمل في حل المشاكل المطروحة، ولفهم الإطارين أجري الباحثان Levin and

(1) _ المرجع السابق، ص 99.

(2) _ نصيرة تامي، مرجع سابق، ص 100.

(3) _ أحمد زكريا أحمد، مرجع سابق، ص 276.

(4) _ ولاء عبد الحرم، عبد الغفار فودة، المعالجة الاخبارية والقضايا العربية إذاعتي سوا الامريكية وموت كارلو، الفرنسية الموجهين للغة العربية، دراسة مقارنة، مرجع سابق، ص 73. نقلا عن نصيرة تامي، ص 101-102.

gaeth دراسة وظف فيها المنهج التجريبي على مجموعتين متماثلتين حين تعرض المبحوثين في المجموعة الأولى لإعلان يتضمن إطار بروز الجوانب الإيجابية في تناول الهامبرجر ويؤكد على أنه يحتوي على 75% من اللحم الصافي دون الإشارة إلى نسبة الدهون المتضمنة فيه، وفي المجموعة الثانية تعرض المبحوثين لإعلان يتضمن إطارا يبرز أن الهامبرجر يحتوي على 25% من الدهون.

والملاحظ أن الرسالة في المعالجتين تحمل نفس المضمون، إلا أن الإعلان الأول أبرز الجوانب الإيجابية في المقابل أبرز الإعلان الثاني الجوانب السلبية.

7. أطر التعبئة: وهو يعني تعبئة الأنظمة والمؤيدين المحتملين لحشد جموع المشاهدين ونيل التأييد والقضاء على الجانب المعارض والمنافسين⁽¹⁾.

ومن أشهر نماذج أطر التعبئة نجد نموذج Snow and Benford عام 1980 حيث يرى الباحثان أن أطر التعبئة معقدة التركيب وهي تتكون من ثلاثة أطر هي:

- الإطار التحفيزي (الدوافع) وهو يحاول الكشف عن سبب المشاركة في إيجاد حل للمشكلة أو القضية.
- الأطر المتعلقة بأسباب القضية ومظاهرها، ويتم عن طريقها استعراض بعض جوانب الحياة الاجتماعية، وكأنها إشكالية تحتاج إلى إيجاد حل.

- الإطار المستقبلي: ويهتم باقتراح حل للمشاكل المعروضة حيث يتم تحديد ما يجب أن يفعل فمثلا ثم تأطير مناقشات حرب كوسوفو في الصحف الألمانية وفق أطر التعبئة، حيث طرحت في البداية إمكانية مشاركة ألمانيا في هذه الحرب، ولماذا عليها أن تشارك فهذا هو الإطار التحفيزي، كما عرضت أسباب الحرب في ضوء مناقشتها لقضية انتهاك حقوق الإنسان وأعراف القانون الدولي وهكذا هو (إطار أسباب القضية ومظاهرها) وتم عرض حل للقضية بعد مناقشات تم التوصل إلى فكرة اشتراك ألمانيا في الحرب البرية، أو المطالبة بحل سياسي يرجح الخيار الدبلوماسي على الخيار العسكري لتصحيح الأوضاع وهذا ما يسمى (بالإطار المستقبلي)⁽²⁾.

(1) _ نصيرة تامي، مرجع سابق، ص 102.

(2) _ المرجع نفسه، ص 103.

8. الأطر المهيمنة: من خلال دراسة الأطر المستخدمة في تحرير حدث أو قضية ما، يمكن تحديد تواجد معنى مهيمن اختاره المحررون وفقا لسياستهم التحريرية لجعله بارزا في تغطية حدث ما، وبالتالي يصبح هذا المعنى هو الوسيلة المهيمنة لإدراك هذا الحدث أو القضية من جانب الجمهور⁽¹⁾.

وقد أوضحت نتائج دراسة R Entman عام 1991 تأثير الإطار المهيمن المعادي للشيوعية على الأخبار، حيث قارن بين التغطية الإعلامية الأمريكية لحادثتي طائرة الخطوط الكورية، وطائرة الخطوط الإيرانية بفعل مقاتلة سوفياتية عام 1983، وسفينة من الأسطول الأمريكي عام 1988 على التعاقب. أظهرت نتائج الدراسة أنه في حالة إسقاط طائرة الركاب الإيرانية بواسطة الأمريكيين لا يؤكد على الإثم، بل يركز على المشاكل المعقدة في تشغيل التكنولوجيا الحربية⁽²⁾.

وهكذا بعد تعرضنا لتصنيفات الأطر وأنواعها تؤكد على حقيقة توصلت إليها Neuman et al من خلال الدراسة التي أجريت عام 1991 أن أهم الأطر هي أطر الصراع، الإطار الأخلاقي، إطار الاهتمام الإنساني، إطار النتائج الاقتصادية وهي الأكثر استخداما و شيوعا في وسائل الإعلام.

المطلب الرابع: العلاقة بين نظرية التأطير وخصائص التحرير الصحفي:

لقد أردنا في هذه الدراسة أن نبرز القواعد المهنية والتي حددنا لها مفهوما، وماهي علاقة نظرية الأطر التي اعتمدنا عليها في هذه الدراسة بهذه القواعد المرتبطة بعدة جوانب بالتحرير الصحفي للنشرات الإخبارية، ولقد أبرز الباحث الدكتور أحمد زكريا أحمد في إحدى دراساته المهمة⁽³⁾ بعض الجزئيات التي توضع العلاقة بين نظرية التأطير وخصائص التحرير الصحفي.

1. علاقة القيم الإخبارية بالتأطير: تعد هذه القيم بمثابة المرحلة الثالثة من مراحل التغطية الصحفية التي تسمى بمرحلة تقويم الأخبار News Evaluation، وذلك لتقرير ما إذا كانت المعلومات

(1) _خلّة مظفر أبور شيد، المعالجة الاخبارية لقضايا الدولة النامية في الفضائيات العربية، مرجع سابق، ص 100.

(2) _نصيرة تامي، مرجع سابق، ص 103.

(3) _أحمد زكريا أحمد، الكتابة الصحفية الاخبارية وتأثيراتها، مدرس بقسم الاعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008م، ص 109.

التي حصل عليها الصحفي تستحق النشر في صحيفة أو لا تستحق⁽¹⁾، وعلى هذا الأساس فإن القيم الإخبارية ليست هدف في حد ذاته، وإنما أحد المعايير المهمة في نشر الأخبار وتأتي أحيانا على رأس هذه المعايير.

ويمكن إجمال أهم هذه القيم الإخبارية في ما يلي: الأهمية والضخامة المنفعة والفائدة الشخصية، الصراع وما يرتبط به من توقع ونتائج، الشهرة، الاهتمامات الإنسانية القرب المكاني والنفسي، التوقيت، الغرابة أو الطرافة أو الشذوذ، بالإضافة إلى الجدة أو الحالية، التشويق، المنافسة، الاثارة، وقد حظيت هذه القيم بعناية باحثي ودراسات التأطير حتى أن بعض الباحثين يصفون الأطر في ضوءها مثل أطر الصراع Conflit Frames وأطر الأهمية Important Frames وأطر الاهتمامات الإنسانية Human intrest Frames وأطر النتائج الاقتصادية Economic Frames⁽²⁾.

وتغطي فيها الشهرة، الصراع، الاهتمامات الإنسانية والأهمية بنصيب وافر بين دراسات التأطير إضافة إلى قيم القرب المكاني، الفائدة أو المنفعة والمنافسة التي تتكامل مع قيمتي الصراع والشهرة في دراسات التأطير الاستراتيجي أو اللعبة Game Frame فنضج أساسا بحثيا لدراسات الحملات الانتخابية⁽³⁾.

2.توظيف خصائص التحرير الصحفي كآليات في التأطير:

مثل الاشكال الصحفية وترتيب ظهور المصادر وبعض العناصر البنائية في النص الصحفي كالمقدمات.

3.علاقة مصادر المادة الصحفية بالتأطير:

يقصد بالمصادر التي يحصل من خلالها الصحفي على مادته الإعلامية من أخبار-معلومات-حقائق-أفكار-آراء كافة المعارف، وتتعدد تصنيفات هذه المصادر وتأثيراتها في الجمهور كما يتضح دورها في عملية التأطير من خلال نموذج بناء الأطر، تلك العملية التي تضمنها نموذج Scheufele

(1) _أحمد زكريا أحمد، المرجع السابق، ص 109.

(2) _ المرجع نفسه، ص 110.

(3) _ المرجع نفسه، ص 110.

(1999) ومن خلال نموذج التأطير الاستراتيجي خلال الحملات الانتخابية بالتركيز على المرشحين وأنصارهم وآراء الخبراء واستطلاعات الجمهور باعتبارهم جميعا مصادر لمواد النصوص الإخبارية⁽¹⁾.

وأثبتت دراسة Treyens أن اعتماد الصحفيين على مصادر معينة يسهم في تشكيل أطر قصصهم الإخبارية⁽²⁾.

ويرى Dothan أن الصراع الأيديولوجي بين المصادر الرسمية المختلفة يؤثر في عملية إنتاج الأثر وهو ما ينعكس على العلاقة بين الصحفيين وهؤلاء المصادر⁽³⁾.

4. علاقة الأشكال الصحفية بالتأطير:

تتعدد الأشكال الصحفية إلى أشكال صحفية إخبارية كالخبر القصير والقصص الإخبارية والتقارير الإخبارية، وأشكال صحفية تفسيرية واستقصائية كالموضوع الصحفي والحديث الصحفي والتحقيق الصحفي والحملة الصحفية، وأشكال خاصة بالرأي كالمقال الصحفي بأنواعه المختلفة والكاريكاتور وأشكال صحفية خاصة بالخدمات وأشكال صحفية متخصصة...»⁽⁴⁾.

ورغم ذلك لم تكن كل هذه الأشكال محلا لدراسات التأطير وإنما اقتصر على الأشكال الصحفية الإخبارية حتى أن بعض الباحثين أطلقوا على نظرية التأطير مسمى تحليل الأثر الخبرية. وقد تنبّهت الدراسات الحديثة إلى أهمية تطبيق نظرية تحليل الإطار الإعلامي على مواد الرأي مؤكدة على أهمية فنون مواد الرأي⁽⁵⁾.

وكشفت دراسة Kim and Weaver عن اعتماد جرائد خمس دول مختلفة جرائد خمس على فن التقرير الإخباري باعتباره الشكل الصحفي المناسب لتغطية الأزمة الاقتصادية التي تعرضت لها دول جنوب شرق آسيا عام 1997 وثبت وجود علاقة دالة بين المقالات الصحفية الأمريكية وبين نوعين

(1) _ المرجع السابق، ص 111.

(2) _ المرجع نفسه، ص 112.

(3) _ المرجع نفسه، ص 112.

(4) _ المرجع نفسه، ص 112.

(5) _ المرجع نفسه، ص 112.

رئيسيين من الأطر هي الإطار الشخصي وإطار القضايا اعتمدت عليها الصحف الأمريكية في التغطية الصحفية لمرشحي الانتخابات الأولية لحكام الولايات وأعضاء مجلس الشيوخ الأمريكي خلال عام 2000⁽¹⁾.

5. علاقة نوع التغطية الصحفية بالتأطير:

تتنوع أنواع التغطية الصحفية من حيث اتجاه المضمون إلى تغطية محايدة، وتغطية تفسيرية وتغطية متحيزة أو ملونة⁽²⁾.

ويذكر الباحث أحمد زكريا أحمد أن التغطية المتحيزة تترادف إلى حد ما مع مفهوم التأطير⁽³⁾ حيث يركز الصحفي على جانب معين من الخبر وقد يحذف بعض الوقائع أو يبالغ في بعضها أو يشوه بعض الوقائع⁽⁴⁾.

كما أنه في التغطية التفسيرية " يقوم الصحفي بجمع المعلومات المساعدة أو التفسيرية، وتتضمن هذه التغطية وصف الجو العام المحيط بالحدث أو وصف المكان أو الأشخاص، وذكر بعض المعلومات الجغرافية أو التاريخية أو الاقتصادية أو السياسية عن البلد التي وقع فيها الحدث وتحليل الأسباب والدوافع والنتائج والآثار المتوقعة المبنية على الجهد والدراسة والربط بين الواقع والأحداث المشابهة وعقد المقاربات"⁽⁵⁾.

6. علاقة نوع المحتوى الصحفي بالتأطير:

صنف بعض الباحثين الأطر الإعلامية وفقا لمضمون المحتوى ذاته، وهو من أحدث تصنيفات الأطر الإعلامية، ويقترّب أكثر من الأفكار ويتعمق في المضمون ويختلف النظر إليه وفقا لطبيعة كل موضوع، وهذا التصنيف للأطر يتفق مع التقسيم الموضوعي للخبر⁽⁶⁾.

(1) _ أحمد زكريا أحمد، الكتابة الصحفية الاخبارية وتأثيراتها، مرجع سابق، ص 113.

(2) _ ليلى عبد المجيد ومحمود، علم الدين فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، مرجع سابق، ص 50-51.

(3) _ أحمد زكريا أحمد، الكتابة الصحفية الاخبارية وتأثيراتها، مرجع سابق، ص 113.

(4) _ ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين، فن التحرير الصحفي: المفاهيم والمتطلبات والاشكال، 2000، القاهرة، ص 53.

(5) _ المرجع نفسه، ص 53.

(6) _ المرجع نفسه، ص 115.

فهناك الأخبار السياسية والأخبار الاقتصادية والأخبار الاجتماعية، والأخبار العسكرية والأخبار الرياضية والأخبار الدينية والفنية، والأخبار العلمية التي تتعدد أنواعها حسب تعدد النشاطات الصحفية والمشكلة في هذا التصنيف أنه لا يأخذ في الاعتبار تداخل الموضوعات داخل الخبر الواحد⁽¹⁾.

المطلب الخامس: علاقة التأطير بالأيديولوجية و بالموضوعية:

أولاً: علاقة التأطير بالأيديولوجية

لقد أردنا من خلال هذا العنصر علاقة التأطير بالأيديولوجية، فإذا كانت الأيديولوجية هي متغير بالغ الأهمية في تحديد أطر المعالجة الخبرية للقضايا المختلفة، ومن ثم فإن دراسة السمات البارزة للرسالة الإعلامية يتطلب بدوره فهما متعمقا للجوانب الأيديولوجية المتضمنة في السياق الإخباري وصولاً إلى فهم دقيق للعملية التي يتم بمقتضاها تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة⁽²⁾.

ويمكن توضيح العلاقة بين الأطر والأيديولوجية من خلال توضيح العلاقة بين ثلاثة مفاهيم هي الثقافة والأيديولوجية والاطر التي يوجد بينها ارتباط قوي فالثقافة تشير إلى المعتقدات والقيم والرموز واللغة المشتركة للجماعة أو المجتمع، بينما الأيديولوجية عبارة عن مجموعة من المعتقدات التي تستخدم في تبرير أو تفسير الواقع، أمّا الأطر فتشير إلى التصوير الاستعاري والرمزي والتلميحات التي تستخدم في تقييم الظروف الاجتماعية واقتراح الأنماط والنماذج البديلة"⁽³⁾.

وتعتبر العلاقة بين الأيديولوجية والاطر الخبرية علاقة رئيسية وأساسية حيث تحمل الأطر في جوهرها وجهة نظراً أيديولوجية تتحدد من خلالها المادة الخام التي يتم انتقائها وتلك التي يتم استبعادها عند صياغة القصة الخبرية، كما تحاول دراسات الأطر في مستواها الثاني والثالث تحديد كيف يفسر الجمهور الأيديولوجيات المتضمنة داخل القصة الخبرية"⁽⁴⁾.

(1) _ أحمد زكريا أحمد، الكتابة الصحفية الاخبارية وتأثيراتها، مرجع سابق، ص 115.

(2) _ المرجع نفسه، ص 293.

(3) _ المرجع نفس، ص 293.

(4) _ المرجع نفسه، ص 294.

وبالنسبة للصحفيين فعندما يقومون بتأدية مهمتهم في تقديم وعرض الأحداث المختلفة بصورة مفهومة بحيث يمكنهم إدراكها من خلال النصوص الإخبارية التي تحتويها فأهم لابد وأن يعتمدوا على أنساق معرفية تركز على أيديولوجيا محددة⁽¹⁾.

فقد أثبت العديد من الباحثين أن الصحفيين يتجهون لتحريف تغطيتهم الموضوعات والأحداث والقضايا المختلفة بما يعكس قدرا من التوجه الأيديولوجي⁽²⁾.

وبناءً على إسهامات كل من wurdok and Golding (1977) و Becker (1984) و shoemaker, and Rease (1996) يمكن تصنيف الأيديولوجيا إلى ثلاثة مستويات أو أنواع مؤثرة في تأطير المحتوى الإخباري وهي:

1. الأيديولوجية السائدة: حيث تسود داخل كل مجتمع أيديولوجية بعينه تهيمن على ثقافته ففي المجتمع الأمريكي تسود الرأسمالية ومناهضة الشيوعية، والقيم الذكورية.

2. أيديولوجية النخبة: هي أيديولوجية خاصة أو توجه سياسي على مستوى الإدارة السياسية خلال فترة زمنية معينة.

3. الأيديولوجية الصحفية أو الأيديولوجية المهنية للصحفيين: التي توظف كأحد المصادر المهمة والمؤثرة في تأطير النصوص الإخبارية.

ثانيا: علاقة الموضوعية بالتأطير:

ينظر الباحثون إلى أن الموضوعية من أهم العناصر التي يشترط توافرها في الوظيفة الإخبارية وهي من أهم مبادئ تحرير الخبر في المجتمعات الديمقراطية إلا أن الموضوعية الكاملة حالة مثالية لا يمكن تحقيقها. وهناك نوعان من التغطية الإخبارية للمحتوى الصحفي يوضحان مفهوم الموضوعية ومواقعها من عملية التأطير أولهما يوضح المقصود بالموضوعية وثانيهما يرى الباحث أحمد زكريا أحمد⁽³⁾، أن يترادف إلى حد كبير مع مفهوم التأطير.

(1) _ أحمد زكريا أحمد، مرجع سابق، ص 294.

(2) _ المرجع نفسه، ص 291.

(3) _ المرجع نفسه، ص 286.

1. التغطية المحايدة **Objective News Reporting**: ويقدم الصحفي فيها الحقائق فقط أي قصص إخبارية موضوعية خالية من العنصر الذاتي الشخصي والتحيز أي يعرض الحقائق الأساسية والمعلومات المتعلقة بالموضوع دون تعميق أبعاد جديدة أو تقديم خلفيات أو تدخل بالرأي أو مزج الوقائع بوجهات النظر⁽¹⁾.

2. التغطية المتحيزة أو الملونة **Advocacy News Reporting**:

وفي هذه التغطية يركز الصحفي على جانب معين من الخبر وقد يحذف بعض الوقائع أو يبالغ في بعضها ويشوه بعض الحقائق وقد يخلط وقائع الخبر برأيه الشخصي وهدف هذه العملية تلوين أو تشويه الخبر⁽²⁾.

وبناءً على ذلك يمكن فهم دور وسائل الإعلام في عملية التأطير من خلال انتقائها المنتظم للأحداث بطرق وأساليب مختلفة لإكسابها معان معينة لدى الجمهور المستهدف، أي أن الأطر لا تعكس واقعا حقيقيا خلال تغطيتها للأحداث والقضايا المختلفة بقدر ما تعكس واقعا مفترضا⁽³⁾. ويمكن القول بأن مدى التزام المحرر بالموضوعية والدقة الكاملة في تحرير الحدث أو القضية تحكمه عوامل مهمة أهمها:

-نوع الحدث أو القضية ومدى حساسيتها.

-مدى استقلالية هيئة التحرير في الوسيلة الإعلامية.

-الثقافة الإخبارية للمحرر.

-مصدقية المصادر.

-المناخ الإعلامي والسياسي العام⁽⁴⁾.

وتقترح Boyer المعايير التالية حتى يمكن للصحفيين الاتصاف بالموضوعية.

(1) _ أحمد زكريا أحمد، مرجع سابق، ص 286.

(2) _ المرجع نفسه، ص 287.

(3) _ المرجع نفسه، ص 287.

(4) _ نحلة مظفر أبو رشيد، 2005، مرجع سابق، ص 107.

-التوازن في التغطية الإعلامية بعرض مختلف جوانب وزوايا أي قضية.

-الدقة والواقعية في التغطية.

-تغطية وتقديم كل الجوانب والأركان المناسبة.

-فصل الحقائق عن الرأي الذي يتم التعامل معه بطريقة ملائمة.

-تجنب الأهواء الذاتية والأغراض المخادعة⁽¹⁾.

وبالرغم من ذلك فإن القائم بالاتصال لا يمكن أن يدعى الموضوعية لأنه من جهاز مرتبط بالأطر المرجعية التي تشكل بيئته وثقافته ومعتقداته الفكرية، وكذلك لا يمكن إغفال دور مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة والذاتية الفردية التي تميز كل منهم، هذا من جهة ومن جهة أخرى هناك أيضا عوامل أخرى تدفع باتجاه تحديد الإطار، وهي السياسة الإعلامية للوسيلة وسياسة المنظومة الإعلامية ومدى ارتباطها بالنظام وعلاقتها بغيرها من وسائل الإعلام داخل المنظومة الإعلامية الصحفية، وهو ما يؤكد "هاكت Hackett" أن مفهوم objectivity الذي يديه القائمون على العمل الإخباري ما هو إلا قناع يخفي في طياته فعالية الأطر الأيديولوجية التي يتم في ضوئها تشكيل ما ينبغي تغطيته من أحداث وتحديد كيفية هذه التغطية، وكيف تشكل هذه التغطية بدورها فهم الجمهور لهذه الأحداث وتفسيره لها"⁽²⁾.

المطلب السادس: تقويم نظرية الأطر الإخبارية:

أولا: إيجابيات النظرية:

تتميز هذه النظرية بمجموعة من الملامح والسمات التي حافظت على مكانتها القوية بين باقي الأطر النظرية في مجال الدراسات الإعلامية والتي يمكن تحديدها على النحو الآتي:

1. يرى كل من Barrow and Davis أن نقاط القوة الخاصة بنظرية الأطر تتمثل فيما يلي:

-تلقي الضوء على مكانة دور في عملية الاتصال الجماهيري.

⁽¹⁾ _أحمد زكريا أحمد، مرجع سابق، ص 287.

⁽²⁾ _المرجع نفسه، ص 288.

- بالرغم من أنها نظرية على المستوى الجزئي Micro level لكن يمكن تطبيقها على قضايا وتأثيرات المستوى الكلي Macro level.

- تتصف بأنها مرنة وذات نهاية مفتوحة⁽¹⁾.

2. تقدم النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في وضع الأطر المرجعية التي يستند إليها أفراد الجمهور في تفويضهم للأحداث والقضايا المثارة، وتفترض النظرية أن وسائل الإعلام تمارس تأثيراً في تشكيل معارف الرأي العام، واتجاهاته تجاه القضايا المختلفة خلال فترة زمنية محددة.

3. تتصف النظرية بشراء محاور التطبيقات البحثية والمتمثلة في: القائم بالاتصال، الرسالة الإعلامية الجمهور، السياق الثقافي، ورجع الصدى⁽²⁾.

4. تتناول دور القائم بالاتصال في صياغة الرسائل الإعلامية.

5. تساعد على تقديم تحليل علمي للمعالجات الإعلامية المقدسة حول الأحداث والقضايا المختلفة.

6. تتناول تأثير المعالجات الإعلامية على معارف الجمهور واتجاهاته.

7. يمكن دراسة أثر الأطر الخبرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور من خلال الدراسات المسحية والميدانية.

8. يمكن تحليل الأطر الخبرية في الرسائل الإعلامية من خلال الأساليب الكمية أو الكيفية أو كليهما معا⁽³⁾.

ثانياً: سلبيات النظرية:

بالرغم من الإيجابيات التي تتسم بها نظرية الأطر الإخبارية إلا هناك بعض الانتقادات وجهت لها وتمثل في:

1. يبدى Barran and Davis انتقاداتها بالإشارة إلى نقاط الضعف التالية.

- تفتقد القدرة على تحديد حضور أو غياب التأثيرات بشكل جامع ومانع.

(1) _ أحمد زكريا أحمد، المرجع السابق، ص 372.

(2) _ المرجع نفسه، ص 377.

(3) _ غادة شكري محمود، الأطر الخبرية للعلاقات العربية- الأمريكية في الصحف العربية الدولية قبل وبعد أحداث 11 سبتمبر، مرجع سابق، ص 116 نقلاً عن نصيرة تامي، ص 107.

-لا تستطيع تقديم تفسيرات سببية لهذه التأثيرات نظرا لاعتمادها على مناهج وأساليب بحثية
كيفية.

-تفترض أن الأفراد يقعون في أخطاء تأطير متكررة تقلل من قدراتهم⁽¹⁾.

2.عدم وجود تحديد دقيق للحدود الفاصلة بين أنواع الأطر المختلفة، مما يجعلها مسألة تخصم
لانطباعات الباحثين⁽²⁾.

-قلة الدراسات التي أجريت على الأطر الفردية مقارنة بالأطر الإعلامية.

المطلب السابع: مدى الاستفادة من نظرية الأطر الإخبارية:

من خلال الملاحظات السابقة حول نظرية الأطر الإخبارية أثبتت أن كل وسيلة إعلامية تقدم
الأطر الخبرية للقضية المطروحة تبعا لهدف كل وسيلة ومن خلال العرض التفصيلي لنظرية الأطر تبين لنا
أنها واحدة من المقاربات النظرية للدراسة، واعتمدنا عليها في بناء الإطار النظري وسيتم استخدامها في
التحليل الكيفي على القضايا المختارة محل الدراسة التحليلية.

-فنظرية الأطر الخبرية تسمح بقياس المحتوى الضمني غير الصريح للمعالجة الإخبارية بوسائل الإعلام.

-وتقوم بتقديم تفسير منظم لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة
بالإضافة إلى تأثير الأيديولوجية على وضع الأطر.

-تم توظيف مدخل الأطر الخبرية للتعرف على المحتوى الإعلامي من حيث الشكل والمضمون للنشرات
الإخبارية والكيفية التي يتم من خلال تناول القضايا المختارة للدراسة.

-وتبرز أهمية نظرية الأطر الإخبارية كإطار نظري للدراسة التي بين أيدينا تهدف إلقاء الضوء على
المحذوف من الحقائق بالإضافة إلى المضمون الطاهر.

- فهناك حقائق يتم التركيز عليها باستخدام أطر خبرية معينة ويتم تجاهل حقائق أخرى لا يتم وضعها
في الإطار الخبري.

-سنحاول في دراستنا إبراز الأطر التي اعتمدت عليها القنوات في عرضها للأحداث في نشرات الأخبار.

(1) _أحمد زكريا أحمد، مرجع سابق، ص 378.

(2) _نصيرة تامي، مرجع سابق، ص 108.

- كما تسعى هذه الدراسة إلى تحليل الأطر الخبرية بهدف الوصول إلى المعنى الضمني للرسالة الإعلامية ومحاولة التعرف على نوايا القائم بالاتصال.
- تحديد نوع المصادر التي اعتمدت عليها القياس في تغطيتها للأحداث التي تتضمنها نشرات الأخبار، وماهي مصادر المعلومات المستخدمة.
- مدى تطبيق القواعد والمعايير المهنية في عملية التغطية، وانتقاء الأخبار، وطرق معالجتها، وعلاقتها بالموضوعية والأيدولوجية.
- تهتم هذه الدراسة بطريقة تقديم وترتيب للأحداث، وطريقة معالجتها في النشرات الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية محل الدراسة.

المبحث الرابع: نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام

جاءت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام لتعزز مفهوم الحرية الإعلامية، غير أنها حملت معها فكرة المسؤولية وليست الحرية المطلقة عن طريق القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على أخلاقيات المهنة وسلوكها، لأن الفكرة الأساسية للنظرية أن الحرية لا بد لها من مسؤوليات والتزامات، وأن وسائل الإعلام باعتبارها تتمتع بوضع متميز في ظل المجتمع الديمقراطي ملزمة بأن تكون مسؤولة أمام المجتمع بتحقيق وظائف معينة.

المطلب الأول: تعريف نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام:

لقد قدم الباحثون عدداً من المفاهيم الخاصة بالمسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام إذ عرفها البعض بأنها "مجموعة المهام التي ينبغي أن تلتزم بتأديتها الصحافة أمام المجتمع في المجالات المختلفة السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، التي ينبغي أن تعكس الأوضاع التاريخية والحضارية والأنية على المستويين المحلي والدولي، شرط أن يتوافر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام العقل والمنطق والقانون والرأي العام والمصلحة العامة"⁽¹⁾.

وعرفها بعض آخر "على أنها تكريس وسائل الإعلام لخدمة الصالح العام والاهتمام بالمجتمع ولذلك يطلق عليها أحيانا نظرية المعالجة العلمية "Infères Model Public" وبناءً على هذا المفهوم فمن حق الحكومة في بعض الظروف أن تتدخل لحماية الصالح العام"⁽²⁾.

تعريف المسؤولية الاجتماعية في مجال الصحافة والإعلام بأنها: "مجموعة الوظائف التي يجب أن تلتزم الصحافة بتأديتها أمام المجتمع في مختلف مجالاته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، بحيث يتوفر في معالجاتها وموادها القيم المهنية كالدقة والموضوعية والتوازن والشمول شرط أن تتوافر للصحافة حرية حقيقية تجعلها مسؤولة أمام القانون والمجتمع"⁽³⁾.

(1) - زهراء حسين جبار، المسؤولية الاجتماعية للصحافة الإلكترونية، دراسة في مواقع المركز الخيري لشبكة الإعلام العراقي، الجزيرة نت، بي بي سي، مجلة أهل البيت، 24 مج 1، 2019، ص 436-473.

(2) - Denis Mc quail. Mc quail's Mass communication theory, 6th edition London sage publication, 2010, p171.

(3) - سعيداني سلامي، ليلي فقيري "الاخلاقيات المهنية في ظل التشريعات القانونية الإعلامية في الجزائر، مقارنة نقدية على ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 3، العدد 2018، ص 132.

وتعني المسؤولية الاجتماعية للصحافة أيضا "الاهتمام بالصالح العام أو الاهتمام بحاجات المجتمع والعمل على سعادته عبر اتصاف الصحافة بسداد الرأي والدقة والعمل ومراعاة النواحي الأخلاقية والقيم" (1).

ومن التعريفين السابقين يتضح أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية الإعلامية يقوم على مبدأ بسيط وهو التزام الصحافة بالقيام المهنية المتعارف عليها كالدقة والموضوعية والأمانة ومراعاة ثقافة المجتمع ومعتقداته إضافة لقيمها بوظائف تتصل بتلبية حاجات المجتمع.

المطلب الثاني: مستويات المسؤولية الاجتماعية الإعلامية:

عمل العلماء المنظرون لنظرية المسؤولية الاجتماعية على الغوص في اعماق الظاهرة الاتصالية لمعرفة وتحديد مستويات المسؤولية الاجتماعية بطريقة توضيحها وتضمن توفير إمكانيات مواءمتها وظروف العمل الصحفي، وقد حدد العلماء ثلاث مستويات للمسؤولية الاجتماعية للإعلاميين (2).

- القيام بالوظائف الممكنة أو الأدوار الاجتماعية الملائمة للصحافة بما تتضمنه من وظائف تعليمية، تثقيفية، سياسية، خدمية، وغيرها.

- معرفة المعايير التي ترشد وسائل الإعلام وضمان تحقيق وظائفها بطريقة إيجابية.

- معرفة القيم التي يجب مراعاتها من جانب الإعلاميين والصحافيين.

1. المسؤوليات على مستوى الوظائف: تؤدي الصحافة وظائف أساسية في المجتمع وهي (3):

- الوظيفة السياسية: وتتمثل بإعلام المواطنين بما تفعله الحكومة والقوى السياسية الأخرى وتسمى هذه الوظيفة أيضا بالرقابية حيث يتم إبلاغ المواطنين بكل ما يجري، مع الإسهام بشرح مختلف جوانب القضايا وتوضيح آراء المؤيدين والمعارضين لمساعدة القارئ على فهم ما يحيط به.

- الوظيفة التعليمية: وتتمثل في إتاحة الفرصة لعرض الأفكار والآراء لمناقشتها وتشمل القضايا القانونية والتعليمية مع تسليط الضوء على المنظومة التعليمية وكشف السلبيات وتقديم المعلومات ذات

(1) - منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004م، ص 488.

(2) - حسن عماد مكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003م، ص 167.

(3) - فيرجسون دونالد، الصحافة اليوم، ترجمة مانينوس، الشركة الوطنية لطباعة الكتب، القاهرة، 1986م، ص 19.

الصلة بالشفافية ويدخل في إطار هذه الوظيفة توضيح أهداف المجتمع بعيدا عن التلاعب بالحقائق وعبر نشر التقارير الواقعية عن الأحداث.

-الوظيفة التثقيفية: وتمثل في عمل الصحافة كمرآة للمجتمع وقيمه، فالصحافة هي إحدى أكثر المؤسسات تأثيرا وفعالية في مجالات التنمية والتثقيف وضمن هذه الوظيفة يفترض أن تهتم الصحافة بالموروث الثقافي والاجتماعي والتقاليد والتراث الأصيل ومحاربة الفساد الأخلاقي والعادات الدخيلة عن المجتمع⁽¹⁾.

-الوظيفة الاقتصادية: وتتضمن تعريف الناس بالسلع والخدمات ومتابعة التطورات الاقتصادية وتفسيرها وتوضيح مسبباتها ونتائجها.

2.المسؤوليات على مستوى المعايير:

يمكن تلخيص المعايير المهنية للصحافة في خمس دوائر متداخلة.

-الدائرة الداخلية الأصغر: وتتضمن المعايير المهنية وممارسات الأفراد الأخلاقية.

-الدائرة الثانية: وتتضمن معايير الوسيلة وسياستها.

-الدائرة الثالثة: وتضم معايير المهنة التي تنظم العمل الصحفي أي ميثاق الشرف.

-الدائرة الرابعة: وتضم المعايير التي تفرضها قوانين الحكومات والأنظمة.

-الدائرة الخامسة: وتتضمن الحدود التي يسمح بها الناس كالتقاليد⁽²⁾.

3.المسؤوليات على مستوى القيم المهنية:

"وتشمل قيم ومعايير العمل الصحفي وعلى نحو خاص جمع المواد الإخبارية ونشر المعلومات والحقائق مثل احترام الخصوصية، تجنب خداع المصادر، معايير كتابة الأخبار، الدقة الموضوعية، الشمول

(1) - كافي-م- وآخرون، الإعلام والإرهاب الإلكتروني، ط1، دار الإعجاز العلمي، عمان، الاردن، 2015م، ص 12.

(2) - مجموعة من الباحثين قاصدي فايضة- بوسحاتة لطيفية، جادي فايضة، المسؤولية الاجتماعية للإعلام الدولي المعاصرة، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 05، العدد 01، سنة 2022، ص 413.

والتوازن⁽¹⁾، "والقيم المهنية هي جملة من المبادئ التي يعمل الصحفي في إطارها ويراعيها وتمثل الخطوط العريضة التي تتضمنها مبادئ النظرية وأهمها الدقة، المصداقية، الموضوعية، الأمانة، الوضوح، الحياد، الاتزان، الإسناد وغيرها"⁽²⁾.

المطلب الثالث: نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة:

تذكر الأدبيات النظرية التي تختص ببحث النظم الإعلامية أن نظرية المسؤولية الاجتماعية جاءت كرد على التجاوزات التي قامت بها وسائل الإعلام في ظل نظرية الحرية، حيث يذكر أن الصحافة حادت عن مهامها وجنحت على الخوض في الأمور الجانبية التي تنزل بمستوى أدائها أمام الرأي العام، حيث أصبحت كثيرا ما تخوض في أخبار الجنس والجريمة وتهتم بالإثارة، كما أساءت استخدام الحرية عندما أصبحت تخوض في المواضيع التافهة والسطحية وتجاوزت ذلك لتخوض في خصوصيات الأفراد دون مبرر يسوغ لها ذلك وكثيرا ما أدت هذه الانزلاقات تحت ذريعة الحرية المطلقة إلى المساس بأخلاق المجتمع ولم تعد الصحافة إلا وسيلة في يد فئة محددة من المجتمع وهم أصحاب المال والشركات الاحتكارية تتحكم فيها كما شاءت، إضافة إلى سيطرة وتحكم المعلنين في المحتوى الإعلامي، ويمكن اجمال هذه التجاوزات فيما يلي⁽³⁾:

- الصحافة خاضعة لتجمع مصالح رجال الأعمال والمال.
- لدى الصحافة نزعة للتقيد بالأعراف الموجودة.
- تعتدى الصحافة أحيانا على الأخلاق العامة، وعلى حياة الناس الخاصة.
- هي خاضعة لضغط المعلنين.
- الراديو متهم أحيانا بالمحافظة وأحيانا أخرى بالغوغائية.
- التلفزيون متهم أنه بفرد مكانا للجنس والعنف والجريمة من أجل ذلك كان لابد من العمل على وضع ضوابط تحدد من الاستخدام الخاطئ والمفرط للحرية في ممارسة الصحافة والقصد من صياغة مبدأ

(1) - حسام الدين محمد، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية للطباعة، ط6، القاهرة، 2003م، ص 68.

(2) - عزة، ع، مصداقية الإعلام العربي، دار العربي لنشر، ط6، القاهرة، 2006م، ص 53.

(3) - نھوند القادري عيسى، الاستثمار في الإعلام وتحديات المسؤولية الاجتماعية (النموذج اللبناني)، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، لبنان، 2013، ص 188.

المسؤولية الاجتماعية هو في الأصل حماية الحرية في الأداء الإعلامي ومنع أي استخدام خاطئ لها وفق ضوابط تؤطرها.

ومن النتائج التي توصلت إليها اللجنة في تقريرها ما يلي:

- إن التطور التقني في مجال الصحافة قد زاد من أهمية الإعلام للجماهير من جهة لكنه قلل من فرص مشاركة أفراد المجتمع في التعبير عن آرائهم من جهة أخرى.

- إن الذين تولوا مسؤولية الإعلام قد أساءوا استخدامه وشوهوا صورة الفئات الأخرى في المجتمع ولم ينجحوا في تقديم خدمة موضوعية تلبي حاجة المجتمع.

- أن وسائل الإعلام أصبحت ترتكب ممارسات يرفضها المجتمع وعليها أن تخضع لقوانين مهنية تضبط هذه الممارسات الخاطئة⁽¹⁾.

ولقي تقرير "هوتشينز" إضافة إلى دراسات بعض أعضاء اللجنة كدراسة هو كينج في مؤلف بعنوان "حرية الصحافة في إطار المبادئ" صدى كبير داخل الولايات المتحدة الأمريكية وخارجها، خاصة في أوروبا وعلى رأسها بريطانيا⁽²⁾.

وبهذا يتضح أن لجنة هوتشينز هي التي ساهمت في تحديد المعالم الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية وأن الدراسات الإعلامية التي تناولت موضوع نظرية المسؤولية الاجتماعية كانت تستمد فلسفتها من النتائج التي توصلت إليها تلك اللجنة.

وظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية عام 1947 على أعقاب تقرير لجنة هوتشينز الأمريكية التي رأت بضرورة التزام حرية الصحافة بما يقابلها كضابط وهو المسؤولية حيث "عمد ثلاثة أساتذة جامعيون في الولايات المتحدة وهم سيلبرت وبيتر سون وشرامر عام 1956 إلى صياغة نظرية جديدة استمدوا عناصرها من كتابات بعض المفكرين الغربيين ومن أعمال لجنة هوتشينز الأمريكية حول حرية الصحافة⁽³⁾.

(1) - محمد بن مسعود البشر، المسؤولية الاجتماعية في الاعلام النظرية ودوافع التطبيق، دار علم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع،

الرياض، 1996، ص 54.

(2) - المرجع نفسه، ص 20.

(3) - فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، دمشق، ط1، سوريا، 2002م، ص ص 78-79.

وعن هذا المفهوم-الحرية-يرى شرام أن نظرية الحرية متفائلة أكثر من اللازم لكونها تؤمن إيماناً كبيراً بالطبيعية البشرية/ إلا أنها تفترض ان الإنسان يعمل ويسعى إلى معرفة الحقيقة.

وأنه دائماً يحكم عقله ويفحص المعلومات التي يتلقاها بدقة ويسعى إلى معرفة الاخطاء والأكاذيب ويوازن بين الحجج المتعارضة والمتنافسة، ولكن الأمر في الواقع مختلف تماماً لأسباب عديدة من أبرزها ثلاثة أسباب⁽¹⁾.

-اختلاف السوق الذي تصارعت فيه الأفكار في القرن العشرين اختلافاً كثيراً عن السوق الحرة التي ظهرت في القرنين الثامن عشر والتاسع عشر، ذلك لأن التطورات الاقتصادية والتكنولوجية في القرن العشرين أدخلت عنصر الضخامة على وسائل الإعلام وصاحب ذلك حركات دمج ومركزة لتلك الوسائل وبالتالي انخفاض لعددها.

-أدت مركزة وسائل الإعلام إلى مخاوف متعددة، من أبرزها أن عملية التصحيح الذاتية أصبحت صعبة جداً، لأن وسائل الإعلام الصغيرة والمتعددة التي ميزت القرنين الثامن عشر والتاسع عشر والتي كانت تمثل الجماهير وتعاادل الرقابة السلطة التنفيذية تحولت إلى مؤسسات ضخمة يغلب عليها الطابع الاقتصادي وانفصلت عن الشعب إلى حد كبير بدليل أن الشعب الأمريكي انتخب أكثر من مرة مرشح الحزب التي كانت الصحافة تهاجمه وتعارضه.

-أظهرت البحوث الإعلامية الحديثة أن الجماهير كثيراً ما تتقد بالعاطفة ولا تحكم العقل، فهي تتعرض في أغلب الأحوال بشكل انتقائي لوسائل الإعلام التي تتفق مع اتجاهها وآرائها ومعتقداتها وتتجنب المعلومات التي سبب لها قلقاً أو تجعلها تعيد النظر في آرائها، أي أن الأفراد أحياناً يضعون حول أنفسهم حواجز سيكولوجية لمنعهم من التوصل إلى معرفة الحقيقية حتى وأن كانت في متناول أيديهم.

هذه العوامل هي تأكيد على العوامل التي ذكرت سابقاً وهذا من أجل تأكيد هذه النظرية والتي مفادها أنه لا بد من العمل على ضبط أداء الصحافة التي أفرطت في استخدام الحرية وهذا في نظر نقاد هذه الأداء من المتخصصين في ميدان الإعلام وباقي الأطراف التي قيمت أداء الصحافة من الاجتماعيين والأكاديميين والمهتمين بهذا الشأن.

(1) - لهوند القادري عيسى، مرجع سابق، ص ص 187-188.

معنى ذلك أن أصحاب نظرية المسؤولية الاجتماعية تجاوزوا بذلك ما دعت إليه لجنة هوتشينز والتي عبرت في قولها أن ظروف القرن العشرين تطلب أن تضطلع وسائل الإعلام بمسؤوليتها الاجتماعية خاصة بعد أن ظهرت آثار ثورة الاتصال على الجماهير مضيقاً أن علم تدخل الحكومات في عمل وسائل الإعلام لا يعني أن الفرد ضمن لنفسه حرية التعبير متى أراد، فأصحاب الصحف ومديرو المحطات يتحكمون في وجهات النظر، وفي الحقائق التي تعرض على الشعب مؤكدة أن على أهل الإعلام أن يدركوا أن كل حرية تقابلها مسؤولية وطالبت بأنشاء هيئات اختيارية للإشراف على انحرافات الصحافة وإبراز النواحي التي تخدم المصلحة العامة⁽¹⁾.

المطلب الرابع: تصنيفات المسؤولية الاجتماعية للصحافة:

في محاولة للغوص في أعماق الظاهرة الاتصالية، ومعرفة من أين تنبع المسؤوليات الصحفية وكيف تتلاءم المسؤوليات مع النظريات القانونية والأخلاقية، فقد قسم "لويس هوتشينز" المسؤولية الصحفية إلى:

1- **مسؤولية وجوبية:** وهي التي تحددها الحكومات على وسائل الإعلام، كالتزام نشر خطاب الرئيس أو الحاكم، وهذا النوع من المسؤوليات قليل في النظام الإعلامي الحر، حيث أن الحكومة تحدد واجبات مسبقة قد تخل بالنظام العام، كالامتناع عن اقتراح بعض الأعمال المجرمة مثل القذف، وتشويه السمعة وغيرها.

2- **مسؤولية تعاقدية:** والصحافة هنا تلتزم بمسؤولياتها عن طريق ميثاق مع المجتمع وليس من خلال عقد رسمي مكتوب، ذلك أن المجتمع يمنح الحرية للصحافة في عملها ويوفر المناخ الملائم لنشاطها، وفي المقابل المؤسسات الإعلامية تهتم باحتياجات الجماهير، والجماهير الحرة في اختيار منتجات المؤسسة الإعلامية.

3- **مسؤولية ذاتية:** وهي التزام نابع من إرادة وقرارات الصحفيين أنفسهم بأن ميدان عملهم هو رسالة نبيلة أكثر من كونه عملاً في وسائل الإعلام، أو كما وصفه "مارتن لوثر كننج" نداء باطن بقوة داخلية في أنفسهم ليكونوا متميزين وأصحاب واجبات متميزة.

وفي نفس السياق يرى ميلر أن هناك ثلاث نظريات لمسؤولية الصحافة.

- الأولى تحدد قانونياً وتنفذ بواسطة الحكومات.

(1) - نولد القادري عيسى، المرجع السابق، ص 188.

- الثانية تحدد مهنيًا تنفذ من طرف مؤسسات الصحافة.
- الثالثة تحدد بصفة جماعية (من الصحفيين والهيئات الاجتماعية الأخرى) وينفذها الصحفيون أنفسهم، أي ما يعرف بآليات التنظيم الذاتي للصحافة⁽¹⁾.
- أما "ديني أليوت" فحدد أنواع المسؤوليات الصحفية كمايلي:
- مسؤولية الصحافة تجاه المجتمع: فالصحافة وغيرها من وسائل الإعلام عليها واجبات في إمداد الجماهير بالمعلومات وبذل الجهد لعدم الإساءة للأفراد.
- مسؤولية الصحافة تجاه المجتمع المحلي: بتحديد السياسات التي تحكم السلوك لجعل المعلنين والجمهور على علم بما يتوقعون منها.
- المسؤولية أمام النفس ذلك أن الصحفيين مسؤولون أخلاقيا عن أفعالهم، حتى ولو كانت موجهة من أناس آخرين وذلك من خلال اداء الرسالة الإعلامية بأقصى قدر من الدقة والأمانة والصدق والموضوعية لما يعتقد أنه صالح للمجتمع⁽²⁾.
- وبحسب "روبرت هوتشينز" فإن لوسائل الإعلام ثلاث مستويات من المسؤولية هي:
- على مستوى الوظائف: إذا تلتزم الصحافة وبقية الوسائل الإعلامية بأداء الوظيفة السياسية الرقابية أو وظيفة كلب الحراسة بالمفهوم الأمريكي، والوظيفة التعليمية، والوظيفة الثقافية، والوظيفة الإعلامية والوظيفة الاقتصادية (الإعلانية)، ووظيفة التاريخ، وقد أضاف بعض النقاد وظائف جديدة كإثارة الاهتمام بالقضايا العامة كالبيئة والموارد الطبيعية والحروب وعدم الاستقرار في العلاقات الدولية وغيرها.
- على مستوى المعايير: وقسم كل «أجي وأولت وإيميرى» القانون الأخلاقي للصحافة إلى مجموعة من المعايير، كالمعايير المهنية والممارسات الأخلاقية للأفراد بالإضافة إلى حراس البوابة ومعايير المؤسسة الإعلامية وموثيقها الخاصة، ثم المعايير التي تضعها الهيئات المستقلة لمهنة الصحافة، وهناك معايير ترتبط بقوانين الحكومات والفلسفات الإعلامية أي نظريات الإعلام.
- وهناك معايير تمثل الحدود التي يضعها المجتمع ويسمح بها الناس لكل معايير النشاط الإنساني والتي تتخطاها الهيئات والأفراد⁽³⁾.

(1) - محمود حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصري اللبنانية، القاهرة، 2003، ص ص 62، 63

(2) - المرجع نفسه، ص 89.

(3) - المرجع نفسه، ص ص 89-90.

-على مستوى القيم المهنية: وتشمل معايير الأخبار كاحترام الخصوصية وتجنب خداع المصادر وصراع المصالح، ومعايير كتابة الأخبار: مثل الدقة الموضوعية التوازن والشمول⁽¹⁾.

المطلب الخامس: مبادئ وأسس نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة:

جاءت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام لتعزز مفهوم الحرية الإعلامية، غير أنها حملت معها فكرة المسؤولية وليست الحرية المطلقة عن طريق القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيقاً على أخلاقيات المهنة وسلوكها، لأن الفكرة الأساسية للنظرية أن الحرية لا بد لها من مسؤوليات والتزامات، وأن وسائل الإعلام باعتبارها تتمتع بوضع متميز في ظل المجتمع الديمقراطي ملزمة بأن تكون مسؤولة أمام المجتمع بتحقيق وظائف معينة⁽²⁾، لذلك فإن مبادئ النظرية المتناثرة في مختلف المؤلفات تمحورت حول تحرير الصحافة من تسلط بعض الفئات الاجتماعية وأن تنادي بالموضوعية في الرسالة الإعلامية، وتتلخص مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة في الآتي:

-الحكومة لا تملك أي سلطات على الصحف أو غيرها من وسائل الإعلام التي يملكها أفراد أو مؤسسات خاصة لذلك فهي تقوم بالتعبير عن وجهات نظر مختلفة دون أي رقابة عليها من أي جهة حكومية، ولا يقيد بها في ذلك إلا الضمير الإعلامي أو السياسة الخاصة التي ترسمها المؤسسة الإعلامية لتحكم عملها....

- الجماهير حرة في اختيار الوسيلة أو الرسالة الإعلامية التي تتماشى مع ميولها برغبتها، كما أنها حرة في التعبير عن آرائها حتى وإن خالفت رأي السلطة العليا، وحرية القول وحرية الصحافة والنشر حقوق دستورية تنص عليها القوانين الدستورية وتلتزم بها الحكومات وتدافع عنها الشعوب.

-إتاحة الفرصة كاملة للمواطنين للاطلاع على كافة المعلومات اللازمة، أي حرية لوصول إلى المعلومة سواء من قبل وسائل الإعلام أو الجمهور.

-أن يقوم الإعلام بتزويد الناس بالمعلومات شريطة الالتزام بالمسؤولية، على أن تكون المعلومات صحيحة وصادقة وتمثل وجهات النظر المختلفة وبصورة عامة.

(1) - محمود حسام الدين، المرجع السابق، ص 68.

(2) - بلقاسم بن مروان، وسائل الإعلام والمجتمع، دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية، دار الخلدونية، الجزائر، 2007م، ص 50.

-تثير أهداف المجتمع وقيمه وتوضحها، بل وأكثر من ذلك فإن إيضاح قيم المجتمع وأهدافه يجب أن يتسم بالموضوعية لا أن يغلف بحالة وردية مزيفة⁽¹⁾.

-إن التدخل العام يمكن أن يكون مبرر لتحقيق المصلحة العامة، ومعنى هذا أن تدخل الحكومة لحماية حرية وسائل الإعلام مطلوب على أن يكون بحذر وذلك أن أي مؤسسة قادرة على تشجيع الحرية هي كذلك قادرة على تحطيمها⁽²⁾.

7-على وسائل الإعلام في إطار قبولها بالالتزام بالمسؤولية تجاه المجتمع أن تتولى تنظيم أمورها ذاتيا في إطار القانون والمؤسسات القائمة، أضف إلى ذلك أن الإعلاميين في هذه الوسائل يجب ان يكونوا مسؤولين أمام المجتمع بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية.

8-يحضر على وسائل الإعلام نشر وعرض ما يساعد على الجريمة أو العنف أو ماله تأثير سلبي على الأقليات في أي مجتمع، خاصة بعد أن جنحت الصحف وأساءت استخدامه للحرية على نحو أضر بالأخلاق العامة وعرض المجتمع للانحيار، وذلك عن طريق ما يعرف بالصحافة الصفراء⁽³⁾.

هذه هي أهم المبادئ التي قامت عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام، والتي طالما نادى بتطبيقها الساسة والاجتماعيون، وبذل الدارسون في مجال الإعلام جهودا كبيرة من أجل تثبيتها وإرساء معاملها في مختلف المجتمعات.

المطلب السادس: انتقادات تطبيق نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام:

لا يمكن الحكم بالمطلق على نجاعة نظرية المسؤولة الاجتماعية في تنظيم الممارسة الإعلامية وهذا نظرا لعدة اعتبارات والتي تنطلق بداية مع الانتقادات الشديدة التي وجهت لهذه النظرية وإذا كان هذا الرافض يتعلق بالبدايات الأولى لظهور هذه النظرية في المجال الإعلامي.

وتتعلق الانتقادات الموجهة لنظرية المسؤولية الاجتماعية بطبيعة هذه النظرية في حد ذاتها وايضا في علاقة هذه النظرية بحرية الصحافة، أيضا وجهت الانتقادات إلى اللجنة أعددت التقرير أي لجنة هوتشينز وأن هذه النظرية وبالرغم ما جاءت به من مبادئ وركائز تلزم وسائل الإعلام بالمسؤولية أمام

(1) - محمد بن سعود البشير، المسؤولية الاجتماعية في الإعلام النظرية ودوافع التطبيق، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الرياض، 1996، صص 21-22.

(2) - بلقاسم بن مروان، مرجع سابق، ص 51.

(3) - عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومناهجه، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2002، ص 141.

لحرية، فأنها غير قادرة على إصلاح العمل والأداء الإعلامي وإذ كان هذا الحديث قد يخص الإعلام الغربي المتمثل أساسا في الولايات المتحدة الأمريكية فمن جملة الانتقادات الموجهة لهذه النظرية يذكر⁽¹⁾.

-الانتقادات التي رأت في نظرية المسؤولية الاجتماعية انتقاصا لحرية الصحافة، وتمثل ذلك في كتابات البرفسور جون ميرل عام 1965 وذكر أن المسؤولية لاجتماعية هي بداية التدخل الحكومي في الصحافة تحت شعار له رنين جميل أحاد مثل الأمومة، والحب، واسمه المسؤولية الاجتماعية، ولكنه مفهوم غامض ونسبي للغاية وأن حرية الصحافة هي الحرية النسبية والواقعية، وتبنت حرية المثاليين... ويرى المؤلف أن هذا الطرح من خلال التفكير البرجماتي غير واقعي، فالحرية والمسؤولية هما القطبان اللذان يقف بينهما الصحفي في البلاد الغربية.

-الانتقادات الدالة على عجز نظرية المسؤولية الاجتماعية عن إصلاح أداء الإعلام الغربي، يرى المؤلف وأنه مع ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية ومواثيق الأداء الصحفي ومجالس الصحافة، فإن النقد مازال موجها للصحافة الأمريكية والأوروبية، ومن الأمثلة في ذلك ففي الولايات المتحدة الأمريكية أصبح هناك انخفاض في مصداقية الصحف وضعف الثقة في الصحافة، وأن تفجر ثورة الجنس في الستينات والسبعينات زادت بشكل كبير المطبوعات والأفلام الإباحية، وزادت الشكوى من وسائل الإعلام التي تنتهك بلا مسوغ حياة الأفراد الخاصة، وأن الصحافة قد أفسدت مصادرها والمتعاملين معها بالهدايا والرشاوي، وفي المملكة المتحدة كان من أهم لانتقادات الموجهة للصحافة تتمثل بنقص الاهتمام بالشؤون العامة والشؤون السياسية، وأن السوق تتطلب الاهتمام بالمرأة والشباب وهذا يؤدي إلى إلغاء دور الصحافة في نقل المناقشة الحرة في المجتمع، وحرمان الجمهور من حق المعرفة، وأن ازدياد الاهتمام بالشؤون الإنسانية ومواد التسلية وتركيز الصحف الشعبية على الحوادث والجرائم.

أدى إلى التضحية بالمعايير المهنية، وظهر صحافة الشبكات أي الدفع مقابل الحصول على الأحداث والقصص ذات الطابع الجنسي، وازدياد الاحتكار لصناعة الصحافة والإعلام في بريطانيا، فإن محاولة الخروج عن هذا الاحتكار يضيق الخناق على الصحافة وتُجبر على الركوع⁽²⁾.

(1) - علي محمود إسماعيل الإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، الاسكندرية، ص 55، 57.

(2) - المرجع نفسه، ص 55-57.

-الانتقادات الموجهة لآليات التنظيم الذاتي لمهنة الصحافة ومن هذه الآليات موثيق الشرف المهنية التي وصفها "ميرل" بأنها من بين الآليات الخطرة الموضوعة للسيطرة على الصحافة وأنها تتضمن داخلها رغبة في الإذعان لرأي واحد.

وتعتبر مجالس الصحافة من الأفكار التي لاقت نجاحا محدودا في الولايات المتحدة الأمريكية، ويقول «ميرل» طعنا في نزاهة هذه المجالس أن لها مشكلات في المصادقية وأن أعضائها ليسوا فوق مستوى الشبهات حيث يمكنهم استغلال مناصبهم ضد الإعلاميين.

ومن الانتقادات الموجهة لنظرية المسؤولية الاجتماعية هي المنظوية على فهم أعمق لمسؤولية الإعلام وقد تميز بها الباحثون الفرنسيون، وعلماء الاجتماع الأمريكيون إذ يرى الباحثون الفرنسيون أن الأخلاقيات السائدة هي مبادئ المشروع الخاص، وأن حملة الأسهم لا يهتمهم العمل الصحفي بل يهتمهم التوسع والحفاظ على حصتهم المالية، وأن الأخلاقيات تستخدم كغطاء أكثر سوءا في وسائل الإعلام الأمريكية، وتم الترويج لها لصرف النظر-بقصد أو دون قصد- عن أخلاقيات المؤسسة.

-ومن الانتقادات التي تعرضت لها هذه النظرية أيضا

-اعتبارها أنها مثالية ولا تمثل الواقع الاجتماعي وبعيدة عنه كما أنها لا تخدم الحرية أبدا.

-انتقاد آخر وجه للجنة التي أعدت التقرير أي لجنة هوتشيز، حيث لم تضم ضمن أعضائها صحفيين أو إعلاميين، وأن هذه اللجنة أعطت صورة قائمة عن وضع الممارسة الإعلامية وأن الواقع ليس كما صورته اللجنة⁽¹⁾.

المطلب التاسع: مدى الاستفادة من هذه النظرية في الدراسة:

مما سبق يتضح أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام يقوم على مبدأ حيوي وهو التزام وسائل الإعلام بالقيم والقواعد المهنية المتعارف عليها كالدقة والحياد والموضوعية وعدم التحيز مع مراعاة ثقافة المجتمع ومعتقداته، إضافة لقيامها بوظائف تتصل بتلبية حاجات المجتمع حيث أضافت المسؤولية الاجتماعية إلى الإعلام مبدئين جديدين وهما الالتزام الذاتي من جانب القائم بالأفعال بالموثيق

(1) - على محمود اسماعيل، المرجع السابق، 55-57

الأخلاقية التي تحقق التوازن بين حرية الإعلام ومصلحة المجتمع والالتزام الاجتماعي في تقديم الأحداث الجارية وتفسيرها في إطار له معنى.

و بما أننا نعيش اليوم منافسة شديدة بين المؤسسات الإعلامية خاصة الإخبارية منها في مجال نشر الأخبار والسيطرة على مصادر المعلومات وتوجيه وكسب الرأي العام، تخلت بعض هذه القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة باللغة العربية والمتأثرة بالفكر الغربي عن التزاماتها ومسؤولياتها الاجتماعية، وأصبح السعي وراء القضايا والأخبار المثيرة للجدل، والإثارة، والنزاعات مع مختلف الدول هدفا لكثير من هذه القنوات الإخبارية لكسب عدد أكبر من المشاهدين متناسية بذلك هذه القواعد المهنية التي لا طالما رفعتها كشعار لها، ومن هنا جاءت علاقة هذه الدراسة بهذه المقاربة النظرية التي من أهم مبادئها أن وسائل الإعلام تحب أن تعمل وتنفذ التزامات اتجاه المجتمع التي تعمل فيه، واتجاه جمهورها المستهدف بالرسالة من خلال الالتزام بالمعايير والقواعد المهنية في نقل الأخبار وهذا يعتبر من أهم أهداف دراستنا.

وفي نهاية هذا الفصل تخلص الباحثة أن هناك علاقة وارتباط بين نظريتي حارس البوابة والأطر الإعلامية بنظرية الأجندة، ونظرية المسؤولية الاجتماعية لتؤكد على سبب اختيار النظريات الأربع في المقاربات النظرية للدراسة، حيث أن القائم بالاتصال يحدد القضايا والمواضيع التي يشاهدها الجمهور فإن الأجندة ترتبها حسب الأهمية انطلاقا من فلسفة وأيديولوجية الوسيلة، ونظرية الأطر تضعها في إطارها المناسب حتى توجه الجمهور ليس فقط بشأن ما يجب التفكير فيه، ولكن أيضا بكيفية التفكير فيه، ونظرية المسؤولية الاجتماعية تحدد الوظائف والادوار التي ينبغي أن تقدمها وسائل الإعلام للمجتمع، وتحدد القيم والقواعد الأساسية للأداء الإعلامي، وتحتم على الصحفي أن يبني أخلاقيات نشاطه من منطلق المسؤولية أمام نفسه، وأمام وسيلته الإعلامية، وأمام مصادره، وأمام القانون، والجمهور وغيرها.

الفصل الثالث:

القواعد المهنية في المجال الإخباري

- المبحث الأول: الفصل بين (أخلاقيات الإعلام، القيم المهنية، المعايير المهنية، القيم الإخبارية) والقواعد المهنية
- المبحث الثاني: القواعد المهنية الإخبارية

تمهيد:

اهتم الباحثون في مجال الإعلام بموضوع القيم، والضوابط، والمعايير، والعناصر التي تتحكم في سلسلة العملية الإخبارية، والتي يجب أن تتوفر في الخبر حتى يحظى بالأسبقية في النشر.

ولقد اعتري العديد من هذه البحوث والادبيات الإعلامية خلط كبيراً في توصيفهم لهذه القيم والمعايير والضوابط والاسس، فالبعض يجدهم يطلقون مصطلح عناصر الخبر على القيم الإخبارية، وأحياناً أخرى على أجزاء الخبر، ومرة يطلقون مصطلح ضوابط الخبر على المعايير بينما يطلق البعض مصطلح المعايير على أخلاقيات الإعلام وعلى القيم الأخلاقية، وهناك من يرفض هذه التسمية ويطلقون مصطلح القيم المهنية أو المعايير المهنية، ولعل من بين أسباب ذلك قد يعود إلى ترجمة المصطلحات الأجنبية التي تشير إلى هذه المفاهيم فضلاً عن اختلاف المدارس الإعلامية في تعريفها لمفهوم الخبر، وفي مفهوم القيمة في حد ذاتها.

والجدير بالذكر أن هذا الجدل لم ينحصر على المفهوم والمصطلح فحسب بل امتد إلى محتوى المفهوم، مثلاً في الوقت الذي يضع أحد الباحثين الموضوعية كقيمة إخبارية، ويصفها آخر كقيمة مهنية وآخر كقيمة أخلاقية وهكذا، وللخروج من هذه الضبابية المفاهيمية جاء هذا الفصل والذي رأت الباحثة بضرورة وجوده، وهو يحتوي على مبحثين المبحث الأول: الفرق بين (أخلاقيات الإعلام، القيم المهنية، المعايير المهنية، القيم الإخبارية) والقواعد المهنية، والمبحث الثاني: خاص بالمفهوم الأساسي لهذه الدراسة وهو مفهوم القواعد المهنية. تعريفها، تصنيفاتها. وعلاقتها بالموضوعية.

المبحث الأول: الفصل بين (أخلاقيات الإعلام، القيم المهنية، والمعايير المهنية، القيم الإخبارية) والقواعد المهنية:

انطلاقاً من هذا الجدل في المفاهيم والمصطلحات والتوصيفات كان لزاماً على الباحثة أن تختار مصطلحاً يحقق أهداف هذه الدراسة ويخرجها من هذا اللبس وهذه الضبابية.. وللوصول إلى المصطلح المختار قامت الباحثة بتحديد هذه المفاهيم القريبة والتي لها علاقة بالعملية الإخبارية كالقيم المهنية والمعايير المهنية والقيم الأخلاقية أو أخلاقيات الإعلام، والقيم الإخبارية وصولاً إلى المصطلح الذي وصلت إليه الباحثة بعد قراءات عديدة، وهو القواعد المهنية وهو إجتهد شخصي نسأل الله فيه التوفيق والسداد.

المطلب الأول: أخلاقيات الإعلام:

نتعرض في البداية إلى التعريف اللغوي والاصطلاحي للأخلاق والإعلام.

1. الأخلاق: في اللغة الخُلُق في لغة العرب: هو الطبع والسجية، وقيل المروءة والدين قال العلامة ابن فارس: "الحاء واللام والقاف أصلان: أحدهما تقدير الشيء، والآخر ملامسة الشيء، ومن ذلك الخُلُق وهي السجية، لأن صاحبه قد قُدِّر عليه⁽¹⁾. ويراد منها الطبع والسجية والمروءة والدين⁽²⁾.

وفي الإصطلاح: عرفها الأمام الغزالي "هيئة في النفس راسخة عنها تصدر الأفعال بسهولة ويسر من غير حاجة إلى فكر وروية وقال هو عبارة عن هيئة في النفس وصورتها الباطنة"⁽³⁾.

2. الإعلام: في اللغة أعلم فلأنا الخبر: أخبره به. العلم إدراك الشيء على ما هو به وقيل: العلم يقال لإدراك الكلبي والمركب، والمعرفة تقال لإدراك الجزئي أو البسيط⁽⁴⁾.

والإعلام مفردة مشتق من العلم وهي الأخبار بالشيء جاء في معجم محيط المحيط الإعلام في اللغة مصدر أعلم وأعلمت، ويقال أستعلم لي خير فلأن وأعلمنيه حتى أعلمه، واستعلمني الخبر، وأعلم

(1) _ ابن فارس، معجم المقاييس في اللغة العربية، دار الفكر للنشر، بيروت، دط، لبنان، ص 329.

(2) _ الفيروز أبادي محمد الدين، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، ط8 بيروت، 2006م، ص 81.

(3) _ محمد الغزالي، جدد حياتك، دار الرحاب، ط1، الجزائر، ص 56.

(4) _ ابن منظور، لسان العرب، المجلد 4، طبعة دار المعارف، ص 3083.

الفارس جعل لنفسه علامة الشجعان، وأعلم الفرس علق عليه صوفا أحمر أو أبيض في الحرب وأعلم نفسه وسمها بسميها الحرب" (1).

وفي الاصطلاح: عرفه ابراهيم أمام "هو إحاطة الرأي العام علما بما يجري من أمور وحوادث سواء في الشؤون الداخلية أو الخارجية، وهو نشر الأخبار والآراء على الجماهير" (2).

وعُرف على أنه "تزويد الناس بالأخبار الصادقة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة معينة" (3).

وعرفه عبد اللطيف حمزة هو "نشر الحقائق والأفكار والآراء يتم التعبير عنها بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في إطار موضوعي بعيد عن الهوى والغرض، من خلال أدوات ووسائل محايدة بهدف إتاحة الفرصة للإنسان للوقوف على الأخبار والحقائق والأفكار والآراء ليكون قادرا على تكوين فكرة الخاص به الذي يمكنه من اتخاذ الموقف الذي يراه ملائما" (4).

3. أخلاقيات الإعلام:

عرف منير حجاب في الموسوعة الإعلامية أخلاقيات الإعلام على أنها: "القيم والمعايير المرتبطة بمهنة الصحافة التي لزم بها الصحفيون أثناء عملية انتقاء الأنباء واستقائها ونشرها والتعليق عليها في طرحهم لآرائهم" (5).

ويُعرف سليمان صالح أخلاقيات الإعلام بقوله: "هي منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الإعلاميين خلال قيامهم بتغطية الأحداث وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الإعلامية، ودورها في المجتمع وضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة" (6).

(1) بطرس السبتي، محيط المحيط، مادة (علم)، ص 639.

(2) ابراهيم أمام العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة الأنجلو، دط، القاهرة، 1981م، ص 316.

(3) يوسف محمد قاسم، ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية وأنظمة المملكة العربية السعودية، دط، الرياض، 1979م، ص 4.

(4) عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، مرجع سابق، ص 75.

(5) محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مج 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، دط، القاهرة، 2003، ص 139.

(6) سليمان صالح، مقدمة في علم الصحافة، دار النشر للجامعات، القاهرة، دط، مصر، 1994م، ص 151.

ويُعرفه عبد الرزاق عمد الديلمي "هو منظومة من المبادئ والمعايير لترشيد سلوك الإعلاميين خلال علمهم لتغطية الأحداث وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسة الإعلامية، ودورها في المجتمع وضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة مع التقليل إلى أقصى حد من الأضرار التي يمكن أن تلحق بالجمهور أو الأفراد أو المصادر وضمان حرية كرامة المهنة ونزاهة الإعلاميين" (1).

وتُعرف أخلاقيات مهنة الصحافة بأنها "مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني والتي وضعتها مهنة منظمة لكافة اعضائها، حيث تحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها وتسهر على احترامها وهي أخلاق وآداب جماعية تخضع لسلطة القضاء".

وقد عرفها "جون هونبرغ" أحد الضالعين بشؤون الاحتراف الصحفي على أنها: "تلك الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل صحفي والمتمثلة اساسا بضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية منصفة وشاملة ودقيقة وصادقة وواضحة مع مراعاة حماية المصادر، وتحقيق الصالح العام، عن طريق احترام القانون وحقوق الخاصة للأشخاص وتصحيح الأخطاء في حال وجودها" (2).

وتُعرف أخلاقيات الصحافة بأنها "مجموعة المعايير والقيم المرتبطة بمهنة الصحافة التي تلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها وفي طرحهم لآرائهم وهذه المعايير المهنية تقوي احساس الصحفي بمسؤوليته الاجتماعية" (3).

ويطلق عليها الباحثان ميساء نصر الرواشدة وحمزة خليل الخدام مصطلح المهنة الإعلامية حيث يعرفان المهنة الإعلامية بأنها: «تلك الأخلاقيات المتعلقة بمهنة الصحافة والإعلام والمكونة من القيم والمبادئ والمعايير المتعلقة بالممارسة اليومية التي على الصحفي الالتزام بها بشكل إرادي في أدائه لمهامه المتمثلة

(1) _محمد الرؤوف محمد الديلمي، اخلاقيات الاعلام وتشريعاته من القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، دط عمان الأردن، 2014م، ص 87-88.

(2) _جون هونبرغ، الصحفي المحترف، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، دط القاهرة، مصر، 1996م، ص 50.

(3) _عبد الكريم على الدبسي: المعايير المهنية في الصحافة الالكترونية، المجلة الاردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 12، العدد 01، 2011م، ص 92.

بالمواثيق ومدونات السلوك كمعايير سلوكية تقوده إلى انتاج عمل ينال به استحسان الرأي العام⁽¹⁾. وبعد عرض هذه المفاهيم والتعاريف للباحثين حول أخلاقيات الإعلام والعمل الصحفي ترى الباحثة ضرورة وجود أساساً أخلاقياً للممارسة الصحفية تعبر عن وجود معايير سلوكية وقواعد أخلاقية تنبع من القواعد المهنية الإعلامية.

المطلب الثاني: المعايير والقيم المهنية الإخبارية:

يُعد مفهوم القيم والمعايير المهنية من المفاهيم التي اهتم بها الكثير من الباحثين في مجالات مختلفة كالفلسفة والتربية والاقتصاد والاجتماع، ويعتبر القيم المهنية إحدى مجالات القيم والتي تعتبر مجموعة الموجهات التي تحدد خيارات الفرد المهنية وتحدد سلوكه داخل عمله.

وبهذا نجد أن هناك جدل مثار حول مفهوم القيم والمعايير المهنية حيث يرى الكثير من الباحثين والصحفيين في العالم الغربي أنها وسيلة لفرض قيود جديدة على حرية الإعلام، ولكن هناك من يرى في المقابل أن تطور الأوضاع الصحفية في العالم المعاصر يفرض البحث عن وسيلة لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى الصحفيين والزامهم بمعايير الأداء المهني: "ولقد كان وضع دليل يتضمن هذه المعايير والأخلاقيات أو ميثاق شرف ضرورة يفرضها تطور الصحافة واختلال تدفق الأنباء في العالم المعاصر وزيادة الاحتكار وهناك حوالي 50 دولة في العالم لديها مواثيق شرق وقد تم إصدار هذه المواثيق بطريقة اختيارية حيث قامت منظمات مهنية بإصدارها أو قامت بإصدارها مجالس الصحافة"⁽²⁾.

أولاً: القيم المهنية:

نتعرض في البداية إلى تعريف القيم والمهنية

1. تعريف القيم: مفهوم القيمة من المفاهيم التي يشوبها نوع من الغموض في استخدامها، وهذا نتيجة لأنها حظيت باهتمام كبير من الباحثين في تخصصات مختلفة وبهذا اختلف الباحثون في وضع تعريف محدد لها ومرد ذلك الاختلاف يُعزى إلى المنطلقات النظرية التخصصية لهم.

⁽¹⁾ حمزة خليل الخسام، ميساء نصر الرواشدة، الممارسة الإعلامية بين المهنية والعرف والقانون في الأردن، المجلة الاردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 6، العدد 3، 2013م، ص 422.

⁽²⁾ طارق موسى الخوري، أخلاقيات الصحافة النظرية والواقع، دط، عمان، 2004م، ص 61.

والقيم لغة: تعددت المعاني اللغوية للقيم، حيث جاء في القاموس المحيط والقيمة بالكسر: واحدة القيم وماله قيمة: إذا لم يدم على شيء، وقومت السلعة واستقمته: ثمنه، واستقام: اعتدل وقومته: عدلته فهو قوم ومستقيم⁽¹⁾.

وفي المعجم الوسيط: القيمة: قيمة الشيء/ قدره وقيمة المتاع: ثمنه وجمعه: قيم، ويقال ما لفلان قيمة: ماله من ثبات ودوام على الأمر⁽²⁾.

وفي الاصطلاح: القيم هي "المبادئ والمعتقدات الأساسية والمثل والمقاييس أو أنماط الحياة التي تعمل مرشدا عاما للسلوك، أو نقاط تفضيل في صنع القرار، أو لتقويم المعتقدات والأفعال، والتي ترتبط ارتباطا وثيقا بالسمو الخلقي والذاتي للأشخاص"⁽³⁾.

وتعرفها أحلام عتيق مغلي السلمي: "هي المبادئ الأساسية والمعايير المرشدة لسلوك الفرد، والتي تساعد على تقويم معتقداته وأفعاله وصولا إلى المثل العليا والنمو الخلقي للبنات والمجتمع"⁽⁴⁾.
ويذكر الباحث سيد أحمد طهطاوي أن القيم "هي الأساس للقواعد والقوانين التي يتوافق عليها الناس نتيجة التزامهم بتعاليم دينهم وقناعاتهم التامة بضرورة التمسك بتلك القيم وتطبيقها في حياتهم لتستقيم الحياة ويتحقق لديهم الرضا، والشعور بالسعادة والوحدة والانتماء فيكون المجتمع متماسكا قويا، راقيا، يسمو فوق الضغائن وكل إنسان في هذا المجتمع يبتغي من ذلك الله عز وجل في أمر من أمور حياته"⁽⁵⁾.

2. مفهوم القيم المهنية:

يعرفها الباحث محمود عطا حسين عقل: "هي مجموعة الموجهات التي تحدد خيارات الفرد المهنية ونحدد سلوكه داخل عمله، فالأفراد عندما يختارون أعمالهم، وعندما يحددون أهداف هذه الأعمال

(1) _ الفيروز أبادي محمد، القاموس المحيط، الجزء الأول، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1977م، ص 165.

(2) _ إبراهيم أنيس، وآخرون، المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، ط2، القاهرة، مصر، 1972م، ج1، ص 768.

(3) _ أحلام عتيق مغلي السلمي، مفهوم القيم وأهمها في العملية التربوية، مجلة العلوم التربوية والنفسية. المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث العدد الثاني المجلد الثالث يناير 2019 ص82. نقلا عن:

Halstead, J. and, Mjtaylor, 1996, p14.

(4) _ المرجع نفسه، ص 82.

(5) _ سيد أحمد طهطاوي القيم التربوية في القرآن الكريم، دار الفكر العربي دط، القاهرة، 1996م، ص 45.

وظائفها بالنسبة لهم وعندما ينجزون هذه الأعمال فأنهم يسلكون في ضوء محددات قيمية وهكذا فإن العلم يخضع في اختياره وأدائه ومخرجاته لتوجهات قيمية هي التي تحدد أشكال الاختيار والاداء والنتائج داخله" (1).

ويحدد الدكتور إياد هلال حمادي القيم المهنية للتغطية الإخبارية وأطلق عليها سمات التغطية الإخبارية القيم المهنية هي "المبادئ التي تُكوّن لدى الإعلاميين الحس الانتقائي للأخبار وهي ليست قواعد مكتوبة ومقننة يمكن لمحرر الأخبار العودة إليها في انتقاء مادة الأخبار، ومن العوامل التي تدخل في تشكيلها هي التقاليد المهنية التي يستحضرها القائم بالعملية الاتصالية في إطار من الالتزام المهني" (2).

وإذا كانت القيم الإخبارية معيارا مهما في انتقاء الأخبار ونشرها فإن القيم المهنية لا تقل عنها في الأهمية إذ تركز المدرسة الأمريكية على الدور الذي تؤديه القيم المهنية في انتقاء الأخبار في عمل الصحفي أو القائم على الأخبار عموما ويقصد بها "مجموعة المعايير التي يتفق عليها المجتمع الصحفي أمّا من تعلمه في معاهد الإعلام أو من ممارسته للعمل وتزامنه مع بقية أفراد المهنة، ولكنها في الوقت نفسه ليست قيما مطلقة لأن التوجه الأساسي للصحفي يتدخل أحيانا في تشكيلها، وفي كثير من الأحيان يعمل الصحفي على إعادة تشكيل قيمة طبقا لسياسة المؤسسة التي يعمل بها ويخدم أهدافها" (3).

وأما الباحث فتحي حسين فيؤكد على "أما البعد المهني للتلفزيون فيتصل بالقيم المهنية الواجب مراعاتها في العمل الإعلامي اي السلوكيات التي ينبغي أن يلتزم بها الإعلاميون لتحقيق مبادئ المسؤولية الاجتماعية أي منظومة القيم المهنية التي تحكم سلوكيات الإعلاميين في أداء وظائفهم" (4).

ويذكر الباحث وليد رشيد العبيدي أن "على مستوى القيم المهنية التي تحكم المعالجة الإعلامية للموضوعات والقضايا والأحداث فأنها وفقا لمعطيات المسؤولية الاجتماعية تشمل الصدق والدقة

(1) _محمود عطا حسين عقل، القيم المهنية، مكتبة الرسمية العربية لدول الخليج العربي، الرياض، المجلد الثاني عشر، العدد 1 و2، 2011، ص 91.

(2) _إياد هلال حمادي، المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في القنوات التلفزيونية الموجهة، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2017م، ص 75.

(3) _سعيد محمد السيد. حسن عماد مكاي، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 1999م، ص 206.

(4) _فتحي حسين أحمد، اخلاقيات نشر الجريمة. في الصحف المصرية الخاصة، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة 2005م، ص 71.

والشمول والموضوعية بأبعادها المختلفة" (1).

ويذكر هاشم حسن التميمي: "والقيم المهنية هي الدقة والموضوعية والصحة والصدق ويضيف إليها هاشم حسن سياسية الصحيفة" (2).

ويفرق الباحث محمد حسام الدين في كتابه المسؤولية الاجتماعية للصحافة بين نوعين من القيم المهنية الإخبارية "الأول هو قيم جمع المادة الخبرية وهي الحق في الخصوصية وسرية المعلومات فضلاً عن آليات دفع المصدر للحدث، أما الثاني فهي قيم كتابة المادة الخبرية وقسمها إلى الصدق والدقة والشمول (الاكتمال)" (3).

ويطلق بعض الباحثين على القيم المهنية مصطلح صفات الخبر (4)، ويسمونها آخر "الشروط والصفات الواجب توفرها في الخبر عند النشر" (5).

أما الباحثان حسن عماد مكاوي ويلي حسين السيد فقد حددا العوامل المؤثرة على القائم بالاتصال بوصفه حارس البوابة "بمجموعة من المعايير منها معايير مهنية وتشمل سياسية الوسيلة الإعلامية ومصادر الأخبار وعلاقات العمل وضغوطه" (6).

ويؤكد أياد هلال حمادي أن "القيم المهنية للتعطية الإخبارية تطلق على صفات الخبر كالصدق والدق والموضوعية وهي مسؤوليات يتحدى بها الصحفي أو المحرر عند كتابة مادته الإخبارية وهي جوهر مسؤولية الصحفي أمام مصدره، وجمهوره وتنقسم إلى قسمين: قيم جمع المادة الخبرية وقيم كتابة الخبر، والقيمة الأولى تتمثل بالمقولة التالية: أن الصحفي مجموعة من المصادر، وهنا يظهر مدى متطلب واحترام الصحفي لمصادره كقيم مهنية يلتزم بها، وهذه القيم يمكن حصرها في الحقائق الخصوصية، المعلومات السرية، آليات دفع المصادر للحدث، أما القيم الثاني فهي قيم كتابة المادة الخبرية، فهي التقاليد الذي

(1) سيد رشيد العبيدي، مصداقية الاخبار في القنوات الفضائية العربية، مرجع سابق، ص 46.

(2) هاشم حسن التميمي، فلسفة الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 66. ص 130

(3) طالب عبد المجيد علاوي، حيدر أحمد علو، مرجع سابق، ص 130.

(4) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 72.

(5) سعاد عبد الرحمن وحسين نصر التحرير الصحفي في عصر المعلومات، مرجع سابق، ص 76.

(6) حسن عماد مكاوي ويلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001، ص 173.

تجب أن يمارسها الصحفي في عمله ويراعيها كي يضمن تحقق المسؤولية في خبره وتتضمن هذه القيم الدقة، الموضوعية، والصدق والأمانة والحياد والاكتمال أو الشمولية والاقتباس أو الإسناد وغيرها⁽¹⁾.

ويذكر الباحث وليد رشيد العبيدي أن "الموضوعية من أهم شروط التغطية الإخبارية الجيدة وإحدى أهم القيم المهنية للعاملين في الصحافة الإخبارية" ويضيف "أن ما يسمى بالموضوعية أمر صعب المنال لا يمكن تحقيقه، ما جعل بعض الباحثين يتحدثون عن النزاهة والدقة والعدالة واحترام القواعد المهنية والأخلاق المهنية للقائم بالاتصال."⁽²⁾.

ثانيا: المعايير المهنية:

إن مصطلح المعايير المهنية من المصطلحات التي نجدها متداولة في دراسات وأبحاث الدراسين فأحيانا يطلقونها على أخلاقيات الإعلام وأحيانا على القيم الإخبارية وعلى عناصر الخبر وأحيانا يجمعون بينها وبين مصطلح القيم المهنية وفي دراسات أخرى نجدهم يسقطونها على مصطلح القواعد المهنية الذي اعتمدت في هذه الدراسة.

وتحاول الباحثة هنا أن توضح وتبرز كيف عرّف هؤلاء الباحثون المعايير المهنية الإعلامية ومواطن الخلاف والاختلاف بينهم.

يعرّف الباحث حاتم علي مصطفى العولي المعايير المهنية بأنها: "الضوابط التشريعية والسلوكية والأيدلوجية النازمة والتي تحكم عمل القائم بالاتصال في وسائل الاتصال المتنوعة وتؤثر على المضمون والمحتوى الإخباري بها"⁽³⁾.

"والمعايير المهنية تعني مجموعة المعايير التي تتفق عليها المجتمع الصحفي من ضوابط وأخلاقيات المهنة الإعلامية وما يرتبط من عوامل تحدّد علاقة الصحفي بالوسيلة الإعلامية التي يعمل بها وبالمادة الإعلامية التي ينتقيها ويثبثها إلى المتلقي ويضيف أنه يتعرض القائم بالاتصال للعديد من الضغوط المهنية التي تؤثر في عملية انتقاء الأخبار وصناعتها، ومنها سياسة المؤسسة التي يعمل بها وعلاقات العمل

(1) _إياد خلال حمادي، المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في القنوات التلفزيونية الموجهة، مرجع سابق، ص 76.

(2) _وليد رشيد العبيدي، مصداقية الاخبار في القنوات الفضائية العربية، مرجع سابق، ص 164.

(3) _حاتم علي مصطفى العولي، المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الالكترونية الفلسطينية، دراسة تحليلية مقارنة بين صحفيي القدس ونيويورك تايمز، رسالة دكتوراه، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017م، ص 23.

وضغوط غرفة الأخبار وعلاقته بمصادر الأخبار⁽¹⁾.

ويحدد الباحث عرفات مفتاح معيوف في دراسة حول معايير التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية هذه المعايير المهنية "بأن الصحفي أو المراسل الذي يعمل في هذه الوسائل نجده محددًا بمعايير مهنية وتقاليد وقيم وخصائص معينة، ويمكن القول إن هناك عدة معايير مهنية تحكم سلوكيات الصحفيين أو المراسلين في حال تغطيتهم للأحداث وتنقسم هذه المعايير المهنية إلى⁽²⁾:

1. معايير خاصة تتعلق بجمع المادة الخبرية:

إن الصحفي هو الذي يحدد أهمية مصادر الأخبار في الحصول على المعلومات التي يقدمها للجمهور ولذلك فالمسؤولية الإعلامية تتحم عليه احترام مصادر معلوماته.

فالصحفي ليس هدفه الحصول على الخبر بأية وسيلة، لكن الطريقة التي يحصل بها على هذا الخبر، فالمحافظة على المصادر أمر حيوي ويجب العمل على أن يضيف إلى تلك المصادر مصادر أخرى جديدة، فكلما تعددت المصادر اتسعت دائرة الصحفي وزادت فرصته في السبق بالأخبار والموضوعات.

2. معايير مهنية تتصل بمسؤولية الصحفي تجاه نفسه:

لابد للصحفي أو القائم بالتغطية مراعاة ما يأتي:

- معرفة جيدة بالمجال الذي يعمل فيه وهذه المعرفة تأتي عن طريق العلم والتخصص الدقيق فضلاً عن الإلمام بعلوم العصر وثقافته وتياراته المتعددة.

- مهارة تبرز كفاءته وتدفع به إلى مقدمة الصفوف في مجال تخصصه.

- تحرك واسع يجعله في موقع الأحداث أو على الأقل على استعداد للوصول إليها.

وغالبًا ما يسعى المراسلون إلى تحسين أدائهم المهني طالما أنهم يشكلون حلقة وصل بين منابع الأخبار وبين الجمهور عن طريق البحث والتنقيب من خلال⁽³⁾:

(1) _ وليد رشيد العبيدي، مرجع سابق، ص 166.

(2) _ عرفات مفتاح معيوف، معايير التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية، كلية الفنون والاعلام، البلقاء للبحوث والدراسات، المجلد 17، العدد 1، جامعة طرابلس، ليبيا، 2004، ص 180.

(3) _ المرجع نفسه، ص 181.

- المشاركة في الأحداث عن طريق تواجدهم الدائم والسريع في مكان الحدث.
- مراقبة الحدث وملا حظته وربطه بالملاحظات المختلفة.
- توجيه الأسئلة إلى الموجودين في مكان الحدث من شهود عيان وناجين ومصابين.
- قراءة الوثائق وخطط العمل الخاصة بالواقعة التي يقدمها والعمل على تحليلها.
- الامتناع عن بث ما يمس العقيدة أو الآداب العامة أو يوحي بالانحلال الخلقي أو يحث على الجريمة أو العنف أو الانتحار أو يبعث الرعب...

3. معايير مهنية تتعلق بمسؤولية الصحفي في مجتمعه

تحقق مصلحة المجتمع بقيام وسائل الإعلام بدورها عبر ثلاثة أسس رئيسية:

- مهنية جيدة للإعلاميين.
- بيئة تشريعية تضمن الحريات الإعلامية يعرف فيها الإعلامي حقوقه وواجباته والمباح والمعاقب عليه.
- الالتزام بأخلاقيات المهنة⁽¹⁾.

وفي ختام هذا العنصر ترى الباحثة: أنه يجب الاستفادة من بعض الأفكار المطروحة في تحديد مفاهيم القيم والمعايير المهنية رغم بعض التداخل بينها في تحديد مفهوم القواعد المهنية وإبراز القواعد الأساسية التي يجب أن تكون محل دراسة في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة باللغة العربية.

المطلب الثالث: القيم الإخبارية:

يثير مفهوم القيم الإخبارية جدلا معرفيا وخلطا في المفاهيم وتشابكا في الرؤى اتجاه الخبر وخصائصه وأول ما ينبغي ملاحظته هو ضرورة التفرقة بين معايير نشر الخبر واداعته والقيم الإخبارية والصفات الواجب توافرها في الخبر، وسنحاول في هذا العنصر أن نورد العديد من التعاريف للقيم الإخبارية على اختلافها وتصنيفاتها، ثم تضع الباحثة تصنيفا خاصا بها مع تقديم الانتقادات التي تعرضت لها بعض القيم الإخبارية انطلاقا من تركيز المؤسسات الإعلامية بشكل كبير على بعض القيم من شأنه التأثير على فهم الجمهور للقضايا والأحداث، وقد يصل إلى إفراغ الأخبار من محتواها الحقيقي.

⁽¹⁾ _عرفات مفتاح معيوف، المرجع السابق، ص 181.

أولاً: تعريف القيم الإخبارية:

أشار الباحثان د. طالب عبد المجيد علاوي، وحيدر أحمد علو⁽¹⁾، على أن أول التعريفات والتفسيرات المعاصرة لمفهوم القيم الإخبارية هو ما قدمته يوهان كالتونك ماري روج " Johan Galtong and Merry Raga" على أنها "المعايير التي إذا ما توفرت كلها أو بعضها في حدث ما زادت في ات الإبلاغ عنه وهذه المعايير هي: التكرار، الجسامة، الدالة أو الألفة أو الاعتياد، التطابق والتوافق، المفاجئة، الاستمرارية، التركيبية".

ويؤكد هذا التعريف أهمية القيمة الإخبارية في انتقاء الأخبار، إذ أشار التعريف إلى أن الإبلاغ عن الحدث يزداد كلما توافرت فيه كل من القيم الإخبارية أو عدد منها كما ذهب التعريف إلى تعداد القيم الإخبارية وهو أمر يؤكد أن من وضع التعريف يقر بعدم تغير القيم الإخبارية من مجمل إلى آخر ولا بين فترة زمنية وأخرى، ويلاحظ من التعريف تجاهل دور الجمهور في تشكيل القيمة الإخبارية".

ويعرف كل من ستانلي جونسون وجوليان هاريس القيم الإخبارية بأنها "المقياس الذي تقاس به ضخامة الحادث والمعيار الذي يفضل به معرفة أهمية الخبر أو قدرته اجتذاب القراء"⁽²⁾.

"وربط هذا التعريف أهمية الخبر التي تأتي من خلال القيم الإخبارية مع اهتمامات الجمهور، إذ تعمل القيم الإخبارية التي ربط اسمها بالمقياس على اجتذاب اهتمام الجمهور الذي يتعرض للوسيلة الإعلامية ويلاحظ أن هذا التعريف أغفل العوامل التي تسهم في تشكيل القيم الإخبارية باستثناء الجمهور، كما أغفل القيم من مجمع إلى آخر ومن مؤسسة إلى أخرى"⁽³⁾.

-وبورد حلمي حصر ساري تعريف للقيم الإخبارية مشيراً إلى أنها "المعيار الذي بموجبه يمارس المحترفون في وسائل الاتصال أحكامهم التقويمية وتفضيلاتهم لشيء على شيء، مما يوجه عملية جمع الأخبار وانتقائها وتقويمها"⁽⁴⁾.

(1) _طالب عبد المجيد علاوي، د حيدر أحمد علو، صناعة الاخبار في القنوات العربية المتخصصة A.N.N، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الاردن، عمان، 2015م، ص 119.

(2) _جون ريبترز، الاتصال الجماهيري-مدخل ترجمة عمر الخطيب بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر 1987، ص 357. نقلاً عن طالب عبد المجيد علاوي، حيدر أحمد علو، صناعة الاخبار في القنوات العربية المتخصصة A.N.N، مرجع سابق، ص 120.

(3) _ طالب عبد المجيد علاوي، حيدر أحمد علو، مرجع سابق، ص 121.

(4) _ المرجع نفسه، ص 121.

ويركز هذا التعريف على دور القيم الإخبارية في عملية انتقاء الأخبار معتبرا إياها معيارا للانتقاء ولم يكتف التعريف بالإشارة إلى دور القيم في انتقاء الأخبار فقط بل أكد أهمية دور القيم الإخبارية في مراحل صناعة الخبر الأخرى كعملية جمع الأخبار بل وحتى تقديمها وقد أغفل التعريف ذكر العوامل التي تساعد في تشكيل القيم الإخبارية أو تؤثر فيها.

وتعرف القيم الإخبارية أيضا بأنها "مجموعة المعايير المادية والذهنية إلى على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر صحفي فالقيم الإخبارية هي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث والجمهور، وهي التي تكشف عن جوهر الحدث وعن استخدامه الاجتماعي أي تحويله إلى موضع للاطلاع والمعرفة والفهم" (1).

أما جيهان رشتي فتعد القيم الإخبارية من "العوامل التي تجعل الخبر جديرا بالنشر أي العوامل والمتغيرات الإخبارية التي تزيد من نشر الحدث دون غيره" (2).

ويلاحظ أن هذا التعريف اقتصر على الإشارة إلى دور القيم الإخبارية في انتقاء الأخبار ومنحها فرصة النشر دون غيرها.

ويعرف محمد مصالحة القيم الإخبارية بأنها "المبادئ التي تكوّن لدى الإعلاميين الحس الانتقائي للأخبار وهي ليست قواعد مكتوبة أو مقننة يسترشد بها محرر الأخبار في انتقاء مادة الأخبار، بل أنه يتعلم ويهضم من خلال ممارسته المهنة والمبادئ التي يسير وفقها النظام الإخباري" (3).

وأورد قاموس المصطلحات الإعلامية تعريفا للقيم الإخبارية "تقدير أهمية الخبر ومدى مساهمته لسياسة الصحفية والمصلحة العامة، وعلى هذا الأساس يتحدد مكان نشره بالصحيفة أو المساحة التي ينشر عليها، وإذا كان الخبر اذاعيا تحدد المدة الزمنية ومكانه في النشرة أو العرض الإخباري" (4).

ويربط هذا التعريف القيم الإخبارية التي تحدد أهمية الخبر بالسياسية الإعلامية للمؤسسة، ويؤكد

(1) _نصر الدين لعياطي، مبادئ أساسية في كتابة الخبر الصحفي، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1994م، ص 27.

(2) _هيثم الهيتي، الاعلام السياسي والاخباري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 2010، ص 66.

(3) _المرجع نفسه، ص 66.

(4) _كرم شليبي، قاموس المصطلحات الإعلامية، دار الشروق، جدة، 1989، ص 399-400.

أن القيم الخيرية تحدد مكان النشر والمساحة التي تُمنح للخبر سواء كان في الصحيفة أو في نشرات الأخبار الإذاعية أو التلفزيونية.

وتعرف القيم الإخبارية بأنها "عملية انتقاء قائمة على خبرة الوسيلة الإعلامية وتوجهات القائم بالاتصال الفكرية وسياسة المؤسسة الإعلامية فضلا عن امتلاك الخبر لعناصر تشكيل القيم الخيرية، وبما أن القيم الإخبارية تمثل بعدا متغيرا لذا فإن مفهومها إعلاميا يتحدد بحسب المنفعة العامة والحاجة والاهتمام الإنساني ووفق منطلقات الخطاب الإعلامي لهذه المؤسسة أو تلك⁽¹⁾."

ويصف هذا التعريف القيم الإخبارية بأنها عملية انتقاء ترتبط بمجموعة من الشروط أو العوامل التي تسهم في تشكيل وتقديم القيم الإخبارية إلا أننا لا نتفق مع الباحث في وصفه للقيم بأنها عملية انتقاء فعلية انتقاء الأخبار عمل تطبيقي يكون الاستناد فيه على أطر معينة تحدد أهمية الخبر، وهذه الأطر هي القيم الإخبارية التي يتضمنها الحدث أو الخبر.

ويقدم د طالب عبد المجيد أن القيم الإخبارية في التلفاز تعني "مجموعة الأطر المرجعية التي يمكن حصرها وتصنيفها بناءً على ما يعتمد عليها العاملون في مجال الأخبار التلفازية، ولها امكانية التغيير بتقادم الوقت نتيجة لتفاعل تفضيلات الجمهور والقائم بالاتصال، كما يمكن أن تسهم الوسيلة في تغييرها وتفرض طبيعة الحدث تلك الأطر، ليمنح وجودها متأثرا بواحد أو أكثر من العوامل التي تدعمها الحدث أو الخبر جدارة إخبارية لنشره فتسهم بذلك في جمع وتحرير الأخبار وتفضيلها وانتقائها وتحديد تسلسلها وموقعها في النشرة الإخبارية فضلا عن تكرارها وشكل تغطيتها ومساحتها الزمنية ضمن العرض الإخباري"⁽²⁾.

ويشير هذا التعريف إلى أن للقيم الإخبارية دورا هاما في انتقاء الأخبار شرط توافقها مع العوامل التي تدعمها كالسياسة العامة للبلد أو النظام الإعلامي، والسياسة الإعلامية للمؤسسة فضلا عن القيم المهنية والأطر الفكرية والمرجعية والاجتماعية والسياسية للقائم بالاتصال وكذلك الجمهور ونوع الوسيلة والضغوط الاقتصادية التي تتمثل بنوع ملكية المؤسسة الإعلامية.

(1) _ المرجع السابق، ص 126.

(2) _ المرجع نفسه، ص 128.

ومن هذه التعريفات تلاحظ الباحثة أن التباين المفاهيمي للقيم الإخبارية أظهر لنا ثلاث وجهات نظر تجاه تحديد مفهومها، فالمفهوم الأول يرى أن القيم الإخبارية هي المعيار الذي بموجبه يمارس المحترفون في وسائل الاتصال أحكامهم التقويمية وتفضيلاتهم لشيء على شيء آخر مما يوجه جمع الأخبار وانتقاءها وتقديمها. والمفهوم الثاني يرى أن القيم الإخبارية هي مجموعة المعايير المادية والذهنية التي على أساسها يتم تحويل الحدث إلى خبر، وهي الصفات التركيبية المرتبطة بالتفاعل بين الحدث وبين الجمهور، أما المفهوم الثالث: يرى أن القيم الإخبارية هي الإطار الإدراكي أو الدلالي للحدث لانتقاء الأخبار الأكثر أهمية من بين عدد كبير من الوقائع والمعلومات، وهي المكونات الجوهرية التي تتشكل منها الأخبار.

ومن خلال المفاهيم السابقة التي طرحها الباحثون في تحديدهم للقيمة الإخبارية ترى الباحثة أن القيم الإخبارية هي عملية انتقاء للأخبار على أساس الخبرة السياسية والوسيلة الإعلامية وتوجهات وأيديولوجية القائم بالاتصال بالإضافة إلى امتلاك الخبر لعناصر تشكيل القيم الإخبارية، وبما أن القيم الإخبارية تمثل بعدا متغيرا ومتجددا فإن مفهومها إعلاميا يتحدد بحسب المنفعة العامة والاهتمامات الإنسانية ومنطلقات الخطاب الإعلامي للمؤسسة الإعلامية.

ثانيا: تصنيف القيم الإخبارية:

يمكن التمييز بين قيم الأخبار السائدة في المجموعات المختلفة عن طريق التعرف على طبيعة المحتوى الإخباري المتدفق عبر وسائل إعلامها⁽¹⁾.

ولقد اختلف الباحثون في تحديد عدد وماهية القيم التي يتم بموجبها تحديد أهمية الخبر وصلاحيته للنشر. ولقد لخص الباحث محمد شطاح أسباب هذا الاختلاف في وجهات النظر الأكاديمية بشأن موضوع وعدد القيم الإخبارية فيما يأتي⁽²⁾:

-تعدد تعريفات الخبر بتعدد المذاهب الإعلامية.

-تعدد النظم الإعلامية وفلسفتها بخصوص الإعلام وظائفه.

(1) _حسن عماد مكاوي، الأخبار في الراديو والتلفزيون، دط، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2005، ص 253.

(2) _محمد شطاح، الأخبار في التلفزيون نحو إعلام استعراضي وقيم جديدة في التغطية الإخبارية الاذاعات القرآنية، العدد 44، اتحاد اذاعات الدول العربية، تونس، 2006م، ص 145-146.

-تطور الحاجات الإعلامية للجماهير.

- تطور وسائل وتكنولوجيا الاتصال وتأثيراتها على وسائل الإعلام فيما يتعلق بجمع المعلومات ومعالجتها وتوزيعها.

- تعدد أشكال الممارسة الإعلامية.

-تعدد الظواهر الإعلامية وتنوع الأحداث والوقائع بتعدد الحياة الاجتماعية.

ويبدو أن الخلاف لا يقتصر على عدد وماهية القيم الإخبارية بل امتد إلى تباينها وعدم تباينها بين مجتمع وآخر ومؤسسة إعلامية وأخرى وفي هذا المجال هناك اتجاهان:

الاتجاه الأول: يرى أن معايير انتقاء الأخبار نسبية تختلف من صحف بلد إلى صحف بلد آخر، وقد تختلف بالنسبة لصحف البلد الواحد من صحيفة لأخرى، كما قد تختلف بالنسبة لصحيفة الواحدة من وقت لآخر. وفي ظل عهد وآخر، وتحت رئاسة تحرير شخص وآخر، وهذا الاتجاه يرى أن معايير انتقاء الأخبار لا تعرف الجمود أو الثبات على وتيرة واحدة⁽¹⁾.

الاتجاه الثاني: يرى أن ثمة تشابه موجود في القيم الإخبارية التي تسود المجتمعات المتجانسة التي تميل إلى اتجاهات سياسية واقتصادية وثقافية واحدة⁽²⁾.

ويتفق كل من طالب عبد المجيد علاوي. وحيدر أحمد علو⁽³⁾ مع الرأي الثاني وأن القيم الإخبارية وفق الرأي الأول تبقى ثابتة إلى حد ما إلا أن هناك تغيرا في السياسة التحريرية أو السياسة الإعلامية العامة للبلد، ربما يقود إلى استخدام ذات القيم ولكن باتجاه مغاير، كما أن العديد من القيم يسجل لها الثبات كالجدة والفورية والصراع والكوارث فضلا عن الغرابة والطرفة، وتتفق الباحثة مع هذا الرأي إذا لا يمكن أن نتصور أن نغير ونبدل في القيم الإخبارية كلما تغير رئيس تحرير مؤسسة إعلامية أو انتقلنا من مؤسسة إعلامية إلى أخرى داخل البلد الواحد.

(1) _ محمود أدهم، فن الخبر، دار الشعب، ط2، القاهرة، 1987م، ص 532.

(2) _ حسن عماد مكاوي، الاخبار في الراديو والتلفزيون، مصدر سابق، ص 253.

(3) _ طالب عبد المجيد علاوي، د حيدر أحمد علو، مرجع سابق، ص 160.

ولعل من أهم التصنيفات التي وضعت للقيم الإخبارية والتي شكلت نقطة البداية النموذجية في مناقشتها التصنيف الذي وضعه كل من يوهان كالتونك وماري روج Gultung and Rage عام 1965 وطُبقت في الصحافة المكتوبة وتُوضح أن توفر أحد أو بعض أو العديد من المعايير الآتية يزيد من نشر الأحداث⁽¹⁾، وهي:

- التكرار أو التواتر أو التردد توافق الوقت مع موعد الصدور.

- الحجم.

- الوضوح وعدم الغموض.

- الألفة (الحدث المؤلف).

- التوافق (التطابق) أو الانسجام.

- المفاجأة.

- الاستمرارية.

- التركيب أو البنية.

- الصلة بالأمم أو الشعوب الصفوة.

- الصلة بالناس النخبة.

- السلبية (أي النتائج السلبية المحتملة للحدث).

- التوقيت.

وقد قام دنيس ماك شان Dense Mac shan بمراجعة كتابات كولتك وروج وقدم تصنيف

للقيم الإخبارية ليكون من أربع قيم هي:

- الصراع.

- الصعوبة أو الخطر على المجتمع.

- الفجائية (الغربة، البدع، الفضائح).

- الفردية⁽²⁾.

(1) _ طالب عبد المجيد علاوي، د حيدر أحمد علو، مرجع سابق، ص 161.

(2) _ المرجع نفسه، ص 164.

وفي عام 2001 قام كل من ها ركوب وأونيل "Harup and Oneil" بتحليل القيم الإخبارية السائدة في عينة من الصحف البريطانية اليومية، وقد اقترح الباحثان قائمة جديدة للقيم الإخبارية تتكون من عشرة قيم وهي:

- الأشخاص أو المنظمات أو مؤسسات لها نفوذ.

- المشاهد.

- الترقية فيها أخبار الجنس والغربة والطرفة والاهتمامات الإنسانية والحيوانات.

- المفاجأة أو التضاد.

- النتيجة السلبية.

- النتيجة الإيجابية.

- الضخامة أو الحجم.

- الصلة والارتباط باهتمامات القراء.

- الاستمرارية.

- قائمة الأولويات التي تحدد أو تخدم سياسة الإعلام نفسها⁽¹⁾.

وقدم فراس فابر France Faber نموذجاً لرؤية المدرسة الوصفية الاشتراكية للقيم الإخبارية حيث يرى أن للخبر عشر قيم إخبارية رئيسية هي:

- الحدة.

- الطرفة.

- الواقعية.

- السرعة.

- الفورية.

⁽¹⁾ _ طالب عبد المجيد علاوي، د حيدر أحمد علو، مرجع سابق، ص 165 نقلاً عن:

Tony Hucupard Deider oneil, what is New? s, Galtiry and Rage visited journalism studies vol2, 2001, p 261-270.

-قوة إثارة العواطف.

-الجدل.

-الاستمرارية.

-الطابع الاجتماعي.

-المحلية⁽¹⁾.

ووضع جاك لوك (jack lok) تصنيف آخر للقيم الإخبارية يعتمد على التصنيف السياسي للعالم الثلاث قبل تفكك الاتحاد السوفياتي السابق والكتلة الشيوعية ويقع تصنيف لول في ثلاثة أصناف من القيم هي:

1.القيم الإخبارية للعالم الأول.

-الفورية.

- القرب المكاني.

- الشخصيات البارزة.

-الأحداث غير العادية.

- الاهتمام الإنساني.

2.القيم الإخبارية للعالم الثاني:

-المغزى الأيديولوجي.

-اهتمامات الحزب.

-المسؤولية الاجتماعية.

-التثقيف.

-الاهتمام الإنساني.

3.القيم الإخبارية للعالم الثالث:

(1) _فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مصدر سابق، ص 91.

- التنمية.
- المسؤولية الاجتماعية.
- التكامل الوطني.
- التثقيف.
- قيم إخبارية أخرى مشابهة لقيم العالم الأول كالفورية والقرب المكاني⁽¹⁾.
- وفي المدرسة الصحفية الليبرالية يتحيز رأي كل من جورج باستين (George c.Baction) وليلاند كيس (le land D.case) وفلوريد باسكيت (Floyod Basket) الذين يرون بوجود القيم الآتية:
- النشاط أو الفعالية أو التأثير أو الحركة.
- التوقع أو الترقب أو التشويق.
- الغموض والحالية أو الفورية.
- القرب.
- الدلالة.
- الشهرة أو الذاتية.
- المركز.
- الغنى.
- الحسن والفضائح.
- الجمال والرومانسية.
- المجازفة أو المغامرة.
- الشفقة أو العطف.
- العدد أو الحجم.

(1) _ طالب عبد المجيد علاوي، د حيد أحمد علو، مرجع سابق، ص 169.

- التمييز أو الملكية.

- الوقت.

- الغرابة والطرافة.

- الأطفال.

- الحيوانات.

- الامكنة.

- الصراع والكفاح أو النضال.

ويضيف كل من فيليب أولت " Phillip ault " وأودين امري (odin Emery) بثلاثة قيم إخبارية فقط هي الأهمية، القرب والشهرة ثم يضيفان إليهم قيمتي آخريين هما التوقيت والصحة أو الصدق أو الدقة⁽¹⁾.

أما الدكتور كرم شلي، فقد صنف القيم الإخبارية إلى قسمين، وبحسبه يمكن تقسيم العوامل والاعتبارات التي تتحكم في انتقاء الأخبار إلى نوعين:

الأول: العوامل والاعتبارات المتعلقة بطبيعة الخبر نفسه والمقصود بها مضمون الخبر أو الخصائص التي تميزه.

الثاني: اعتبارات أخرى لا علاقة لها بطبيعة الخبر بل تتعلق بالظروف والأوضاع السياسية أو المهنية التي تعمل الصحيفة في ظلها⁽²⁾.

ولقد قسم محمود أدهم القيم الإخبارية إلى قيم أو معايير زمانية وتشمل الخبرة والأثر الزمني المستمر ومعايير صحفية وفنية وتشمل الأهمية والقرب والتشويق ومعايير إنسانية تشمل الشهرة والعنصر الدرامي والصراع والجنس ومعايير أخلاقية وتشمل الصدق والدقة والحياد والموضوعية⁽³⁾.

(1) _ فاروق أبو زيد، مرجع سابق، ص 62.

(2) _ طالب عبد المجيد علاوي، د حيدر أحد علو، مرجع سابق، ص 171.

(3) _ محمد سلمان الخنو، مرجع سابق، ص 196.

ولقد أجمل الباحثان ليلي عبد المجيد ومحمود علم الدين هذه القيم في الأهمية والضخامة، المنفعة والفائدة الشخصية، الصراع، الشهرة، الاهتمامات الإنسانية، القرب المكاني أو النفسي، التوقيت، الغرابة أو الطرافة أو الشذوذ إلى جانب بعض السمات التي يجب توفرها في أي خبر وهي الجدة، الموضوعية، الدقة، والصحة، الاسناد إلى المصادر⁽¹⁾.

ولقد قسمت الباحثة فوزية عكاك القيم الإخبارية ولقد استمته بعناصر الخبر إلى الحداثة الجدة- الفورية-القرب-الصراع، الشهرة أو الصفوة أو النخبة السلبية، الاهتمامات الإنسانية-الاثارة- الأهمية- الضخامة أو الحجم أو العدد- الغرابة أو الطرافة⁽²⁾.

ويتبين لنا من خلال التصنيفات السابقة الذكر أن القيم الإخبارية عموما تتصف بالنسبية وهذا راجع إلى سياسية المؤسسة الإعلامية فما يعده بعض المؤسسات أخبارا مهمة قد لا يكون بالدرجة ذاتها في مؤسسات إعلامية أخرى بالإضافة نوع الوسيلة الإعلامية. وهناك فروقا في القيم السائدة في الصحافة المطبوعة والاذاعة والتلفزيون إلى جانب العامل الزمني فأحيانا نجد سيادة بعض القيم في أوقات معينة وتراجعها إلى أوقات أخرى تبعا لظروف سياسية واقتصادية وأيديولوجية.

وانطلاقا مما سبق تحاول الباحثة أن تضع تصنيفا خاصا للقيم يتماشى مع أهداف الدراسة في تقديم الانتقادات التي تعرضت لها بعض القيم الإخبارية انطلاقا من تركيز المؤسسات الإعلامية بشكل كبير على بعض القيم من شأنه التأثير على فهم الجمهور للقضايا والأحداث، وقد يصل إلى إفراغ الأخبار من محتواها الحقيقي.

1. الحداثة، الجدة، الحالية: تعد قيمة الحالية من المعايير الأساسية في اختبار وانتقاء الأخبار ومن الضروري أن يكون الخبر جديدا وهو ما يتصل بعنصر الزمن والأنية فالخبر هو أسرع مادة معرضة للتلف والفساد بمجرد ساعات قليلة على وقوعه⁽³⁾، فالخبر الجديد يفقد جدته وبالتالي يفقد قيمته إذا

(1) ليلي عبد المجيد محمود، علم الدين فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، السحاب لنشر والتوزيع، ط1، 2004م، ص 57.

(2) فوزية عكاك، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، اطروحة دكتوراه في الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2011-2012، ص 153-179.

(3) ابراهيم عبد الله المسلمي، مدخل إلى الصحافة، العربي للنشر والتوزيع، دط القاهرة، 1999م، ص 336.

سبقتك إليه صحيفة أخرى ونشرته⁽¹⁾، ولذلك يقول كارين وارين: أحداث الاسبوع الماضي لا تصلح إلا وقودا للأفران⁽²⁾، ومن الممكن أن يتعلق الخبر بمعلومات مستحدثة عن حدث أو وقائع قديمة نشرت ناقصة أو لم تنشر اصلا⁽³⁾.

تخطى هذه القيمة بأهمية كبيرة لدى وسائل الإعلام في الدول الغربية إذ تسارع وتتهافت هذه الوسائل من أجل الحصول على الخبر لحظة وقوعه ونشره مباشرة لما قد يحققه للوسيلة من أرباح مادية أو معنوية ومن ثم فهي قيمة تضغط بقوة على الصحفي المراسل الذي يسعى إلى البحث عن الجديد لدى المصدر، وهو جهد شاق يتطلب متابعة دقيقة للأحداث وإقامة صلات وثيقة مع المصادر.

ورغم أهمية هذه القيمة الإخبارية إلا أنا تعرضت لبعض الانتقادات كعدم توخي الدقة عند نقل الأخبار وعدم التأكد من المصادر بسبب السرعة في بث المعلومة لكسب السبق دون استكمال أهم الإجابات.

2. **الفورية:** تختلف قيمة الفورية عن قيمة الخبر الجدة، وقد يخلط البعض بينها "فالخبر الفوري يعد غيرا جديدا ولكن ليس من الضروري أن يعد الخبر الجديد فوريا أو يتم تغطيته بشكل فوري"⁽⁴⁾.

يطلق البعض على هذه القيمة التوقيت أو الأنية ويقصد بها "نقل الحدث أو الواقعة فور حدوثها وفي أسرع وقت ممكن بغية المنافسة وتحقيق السبق الصحفي والانفراد في نشر الحدث ولكما توافر في الخبر هذه الميزة كان صالحا للنشر باعثا على الاهتمام"⁽⁵⁾.

تعطي وسائل الإعلام للدول الغربية أهمية كبيرة لهذه القيمة انطلاقا من الأيديولوجيا والتوجه الإعلامي لهذه الدول والنظرة الرأسمالية للخبر على أنه سلعة تجارية، ومن ثم يخضع لمبدأ المنافسة.

في العالم الثالث يظهر تأثير العوامل السياسية في نشر بعض الأخبار في توقيتات معينة وكذا حجب نشر بعضها تحرزا لمضاعفاتها السياسية أو خوفا من كشف أنشطة معينة يخشى أن يؤدي النشر

(1) _ فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 85.

(2) _ إبراهيم عبد الله المسلمي، مرجع سابق، ص 336.

(3) _ هاشم حسن التميمي، فلسفة الخبر الصحفي، دار ورد الاردنية، لنشر والتوزيع، دط 2008م، ص 35.

(4) _ طالب عبد المجيد علاوي، د حيدر أحمد علو، مرجع سابق، ص 178.

(5) _ إبراهيم عبد النبي عبد الفتاح، سيسيولوجيا الخبر الصحفي، الغربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989م، ص 57.

عنها التي حدوث ردود أفعال لدى الرأي العام...⁽¹⁾.

ولقد تعرضت هذه القيمة الإخبارية للنقد انطلاقاً من أن وسائل الإعلام وبسبب اعتمادها على هذه القيمة أثرت على فهم الجماهير للأحداث خاصة عندما يتعلق الأمر بالأحداث التي تستمر فترة طويلة كالقضية الفلسطينية، الحرب في العراق وسوريا....، فمثل هذه القضايا تفتقد اهتمام وسائل الإعلام بها ولن تلتفت إليها إلا عند حدوث تطور مفاجئ يتضمن قيمة إخبارية أخرى مما ينعكس سلباً على معرفة وإدراك الجمهور لهذه الأحداث وتطوراتها.

3. القرب: ينظر إلى هذه القيمة من زاويتين، وتمثل في القرب الجغرافي أمّا الثانية تعلق بالقرب النفسي أو العاطفي أو السيكلوجي.

تحتل الأحداث القريبة جغرافياً باهتمامات الجمهور فطبيعة الإنسان تميل إلى الاهتمام بالأشياء المحيطة به أكثر من تلك التي تقع بعيدة عنه وهذا ما يفسر اهتمام الجمهور بالأخبار التي تدور في بلدانهم ومدينتهم وحيهم لا بل حتى في شارعهم⁽²⁾.

وقد يتخذ القرب أشكالاً أخرى إضافة إلى القرب الجغرافي وهو القرب النفسي والعاطفي "كما يمكن أن يكون قريباً سيكلوجياً أو عاطفياً بسبب النوع أو الديانة أو السن أو العرف"⁽³⁾.

في حين ترى هبة السمرى في دراستها المتعلقة بالنشرة الإخبارية باللغة الإنجليزية في التلفزيون المصري "أن هذه القيمة لا تعد بنفس درجة الأهمية في المجتمعات الغربية عنها في المجتمعات النامية، حيث أن الإعلام الغربي يهتم بالخبر الأكثر تأثيراً والأشد وقفاً على المشاهد من الخبر الذي وقع في دولة أقرب فمثلاً من السهل أن نجد مقدمة نشرة أخبار في قناة أمريكية قصة إخبارية وقعت في باريس، بينما في القنوات العربية عادة ما تكون أخبار المقدمة ذات طابع محلي"⁽⁴⁾.

فالأحداث التي تدور في البلدان العربية وخاصة في فلسطين والعراق واليمن فأنها تحظى باهتمام كبير لمشاهد العربي، وهذا ما يجسد القرب العاطفي والنفسي والديني بين الشعوب العربية.

(1) _ السيد بحيث محمد درويش قيم الاخبار في الصحافة المصرية في إطار السياسات التنموية، ص 206.

(2) _ عبد الستار جواد، فن كتابة الخبر، دار مجلات لنشر، دط 1999م، ص 47.

(3) _ نعى عاطف العبد، القيم الاخبارية والعوامل المؤثرة فيها، مجلة اتحاد الاذاعات الدول العربية، العدد 1، 2011م، ص 86.

(4) _ هبة السمرى، النشر الاخبارية باللغة الانجليزية في التلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام،

1987م، ص 107-108 نقلاً عن فوزية علّال، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، مرجع سابق، ص 160.

4. الصراع: تثير النزاعات سواء أكانت بين الناس أو بين الجمهور وبين الإنسان والسلطة اهتمام وسائل الإعلام والجمهور ولاسيما أن أهمية الصراع تزداد بأهمية الأطراف الداخلة فيه⁽¹⁾.

فالصراع يعطي للخبر نوعا من الجاذبية وحب الاستطلاع والرغبة في المعرفة لدى الجمهور⁽²⁾.

تولى وسائل الإعلام الغربية قيمة الصراع أهمية كبيرة حيث تهتم بتغطية أحداث الصراع، الحروب، الخلافات، المظاهرات والاضطرابات مبررة بأن استخدام هذه القيمة الخيرية "يأتي استجابة لرغبات الإنسان وغرائزه ولتحقيق أهداف تجارية وتسويقية، قد يكون جزءا من الحقيق لكنه ليس الحقيق، وذلك أن هناك أهداف أيديولوجية رأسمالية غربية من وراء التركيز على الأخبار ذات الطبيعة الصراعية"⁽³⁾.

كما ان التركيز على أخبار الحروب والصراعات في المجتمعات الأخرى يلعب دورا في زيادة الشعور بالاستقرار في المجتمعات الغربية بالإضافة إلى أنه يسهم في تشويه صورة دول وشعوب العالم الثالث..

5. الشهرة: وتعني هذه القيمة ارتباط الخبر بالشخصيات البارزة أو اللامعة في المجتمع أو العالم وهناك الكثير من الأحداث التي قد تمر دون أن تتحول إلى قصص إخبارية لكن ظهور إحدى الشخصيات أو صلة القصة بإحدى الشخصيات المشهورة كفيلة بأن تجعلها مثار اهتمام وسائل الإعلام⁽⁴⁾، "إن الاسماء تصنع الأخبار بل أن الاسماء الكبيرة لا تصنع الأخبار فحسب ولكنها هي نفسها الأخبار".⁽⁵⁾

والشهرة في الأخبار قد تكون شخصية ترتبط بالأشخاص أو قد تكون مكانية ترتبط بالأماكن المشهورة كمدينة هور شيما التي تم طرحها بالقنبلة النووية، كما قد تكون الشهرة زمانية ترتبط بتاريخ له شهرة عند الجمهور وتحمل دلالات معينة عند ذكره مثل تاريخ 11 سبتمبر 2001 الذي يمثل ضرب برج التجارة العالمية في نيويورك وأصبحنا اليوم نصبح ونمسي على شخصية ترامب لأنه رئيس أكبر دولة في العالم ويحمل أكبر حجم من الأخبار على مدار الساعة.

(1) _عبد الستار جواد، فن كتابة الخبر، مرجع سابق، ص 49-50.

(2) _مرعي مذكور، الصحافة الاخبارية، دار الشروق، دط، القاهرة، 2002م، ص 45.

(3) _ صالح سليمان، مقدمة في علم الصحافة، مرجع سابق، ص 87.

(4) _نهي عاطف العبد، مرجع سابق، ص 88.

(5) _فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 124.

6. السلبية: يرجع اهتمام وسائل الإعلام بهذه القيمة الإخبارية لما قد تطرحه الأخبار التي تتضمن هذا العنصر من إثارة وما تخلقه من مناقشات واختلافات في وجهات النظر لدى الجمهور.

"يُعتقد في الغرب أن الأخبار السلبية ذات أهمية تفوق أهمية الأخبار الإيجابية ويعزو klaus schoenbach كلاً من شواذ الأخبار الاهتمام الكبير في الغرب بالأخبار السلبية إلى حقيقة أن الغرب يتوقع التقدم إذن فالإخفاق يستحق التغطية الإخبارية لأنه انحراف ووضع غير عادي" (1)، "وأن التغطية الإخبارية لمثل هذه الأحداث يأتي استجابة لرغبات وتطلعات الجمهور وما ينتظرونه من وسائل الإعلام وأن الأخبار الإيجابية لا تعد أخباراً" (2).

ويؤكد الباحث سلمان صالح على "أن التركيز على الأخبار السلبية هو أحد أهم العوامل التي تؤدي إلى تشويه صورة دول العالم الثالث، حيث لا يُنقل عن هذه الدول في وسائل الإعلام الغربية سوى الأخبار السلبية مثل الكوارث والمجاعات والانقلابات وأحداث العنف والأخبار التي توحى بتخلف هذه الشعوب" (3).

كذلك ترى الباحثة أن اعتماد وسائل الإعلام على هذه القيمة أثر سلباً على الجمهور، وأدى إلى تزايد الجرائم والآفات عوض الحد منها ولعلّ طريقة وأسلوب التغطية والمعالجة قد ساهم في اتساع رقعة الآفات والمظاهر اللاأخلاقية في المجتمعات.

7. الاهتمامات الإنسانية: يعرف الاهتمام الإنساني بأنه مجموعة من العناصر التي تضيء على الموضوع أو الخبر بعداً عاطفياً وإنسانياً (4).

وتشمل قيمة الاهتمامات الإنسانية الخيرية كل ما يمكن أن نسميه بالخلفيات العاطفية أي ما يحرك العواطف الإنسانية عند المتلقي سواء كان بالحب أو العطف أو الشفقة أو الكره أو الخوف (5).

(1) فوزية عكاك، مرجع سابق، ص 168.

(2) -المرجع نفسه، نقلاً عن:

Claude-Jean Bertrand-l'odeonionologie des medias-1^{er} Edition France presses universitaire de France, 1997, p 70.

(3) سليمان صالح، مرجع سابق، ص 80، 81.

(4) عبد الستار جواد، فن كتابة الخبر، مرجع سابق، ص 50.

(5) فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 70.

والمقصود هنا مخاطبة عواطف الفرد لإحداث رد الفعل (مع أو ضد) الحادث أو الخبر الذي نشرته الصحيفة، الحال نفسه مع صورة الشهيد محمد الذرة التي نالت تعاطف العالم كله لبعدها الإنساني حيث قتلت الرصاصات الطفل وهو في حضن والده⁽¹⁾.

وأعتقد أن هذه القيمة الإخبارية تجعل من الخبر مثار اهتمام وترقب الجمهور الذي يعاطف مع أحداثه ويتبع تطوراتها وقد يحدث ردود فعل قد تؤثر على مجريات الأحداث نفسها.

8. الأهمية: تعد تناول موضوعات الأخبار التي تدخل في دائرة اهتمام الأفراد وتؤثر في حياتهم إحدى أهم القيم الإخبارية في العالم المتقدم، وترتبط أهمية الخبر بصدى ما يحدث من تغيير واضطراب وبعدهد الأشخاص الذين يؤثر فيهم⁽²⁾.

وتختلف درجة الاهتمام والأهمية من جمهور لآخر وتكتسب هذه الأخبار هذه الأهمية لما تشهده من نقاشات وجدل وما تطرحه من معلومات تمسهم بالدرجة الأولى.

ويؤكد الباحث السيد نجيب محمود درويش على أن من الصعب تحديد قيمة الأهمية رغم وجود بعض الدراسات التي سعت لتحديد هذه القيمة من خلال ثلاثة مؤشرات هي:

- معرفة ما يعتقد الصحفيون عن ماذا يريد الجمهور.

- ماذا يقدم الصحفيون من أخبار، ويحتل أولويات اهتماماتهم.

- سؤال الجمهور عما يفضل من أخبار.

وقد وجدت الدراسات اختلافا في تحديد الأهمية بين المصالح المشتركة للجمهور، وبين ما هو مطروح فعلا في المضمون الإعلامي⁽³⁾.

واعتقد أن قيمة الأهمية في المضمون الإخباري من الصعب تحديدها، وأنها اتحاد لمجموعة القيم الأخرى إن توفرت في الخبر جعلت منه خبرا مهما لدى الجمهور كآنية، والشهرة، والاهتمامات الإنسانية، والضخامة.

(1) _مرعى مذكور، مرجع سابق، ص 51.

(2) _ عبد العزيز شراف، الاساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 113.

(3) _ السيد نجيب محمود درويش، مرجع سابق، ص 222-223.

9. الضخامة أو الحجم أو العدد: تعد الضخامة أو الحجم كما يطلق عليها في بعض الاحيان من المعايير الأساسية التي تتحكم في نشر الخبر⁽¹⁾.

مع قرار النشر في وسائل الإعلام المملوكة للدولة يتوقف أساسا أو يرتبط ارتباطا مباشرا بالمعايير الأيديولوجية والسياسية⁽²⁾.

ويشير عبد اللطيف حمزة "أن الأساس الذي نزن به حكمنا (بالضخامة) هو اهتمام الرأي العام بالخبر أو اهتمام أكبر عدد من الناس يمثل هذا الخبر وما أيسر ما يعرف القارئون على الصحيفة هذه الأوزان"⁽³⁾.

"إذ كلما زاد عدد الاشخاص الذين يتعلق بهم الحدث أو الخبر وكلما زاد حجم الأرقام في الخبر ازدادت قيمته في النشر مثل عدد الجرحى أو القتلى وقيمة الخسائر وقيمة الأرباح وعدد الأهداف في المباراة وعدد المتظاهرين أو المشردين"⁽⁴⁾.

لكن يلاحظ من خلال ما تنشره أو يتعرض له وكالات الأنباء والصحف ووسائل الإعلام أنها غالبا ما تتجاهل الكثير من الأحداث التي تشمل اعدادا ليست كثيرة من البشر، لكنهم في النهاية من حقهم الحصول على تغطية إعلامية لمشاكلهم وقضاياهم، وبعض الشعوب الصغيرة تتعرض للكوارث ولمشاكل متعددة دون أن تهتم وسائل الإعلام بها إلا إذا اتسعت الكارثة لتشمل الكثير من البشر"⁽⁵⁾.

وتتفق الباحثة مع رأي الباحث سلمان صالح ألا تنتظر أن تحدث الخسائر الكبيرة والكوارث الخطيرة حتى تقوم وسائل الإعلام بتغطيتها.

10. الاثارة: تمثل الاثارة إحدى أهم القيم الإخبارية في المجتمعات الغربية⁽⁶⁾، فالأخبار التي تحمل في طياتها فضيحة أو معلومات خطيرة تُكشف لأول مرة، تحتل في أغلب الاحوال موقعا صدر الصحف

(1) _ سعيد محمد السيد وحسن عماد مكاوي، الاخبار الاذاعية والتلفزيونية، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، 1989، ص 131.

(2) _ جهان رشتي، الاعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986م، ص 436.

(3) _ عبد اللطيف حمزة، المدخل الى فن التحرير الصحفي، ط5، ص 107.

(4) _ سعيد محمد السيد، وحسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 131.

(5) _ سلمان صالح، مرجع سابق، ص 89.

(6) _ سعيد محمد السيد وحسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 138.

في نشرات الأخبار" (1).

ويقصد بالإثارة بالخبر "الإشارة التي تلك الخاصية التي توجد في بعض الوقائع والأحداث وتكسبها جاذبية شديدة تلفت انتباه المتلقي وتخطب غرائزه، فالأحداث التي تتعلق بالجرائم أو الفضائح أو الجنس أو الفضائح السياسية أو الاقتصادية أو المالية أو الاجتماعية التي تحمل سمة الاثارة في وقائعها" (2).

إن مغالاة وسائل الإعلام الغربية في التركيز على هذه القيمة جعلتها تتعرض لانتقادات شديدة بحيث تسعى وسائل الإعلام في العالم الأول إلى تحقيق أهداف تجارية بحثة في ترويج أخبار حسب ما يرغب فيه القراء وليس حسب ما يحتاجونه أو أهداف أيديولوجية تتمثل في إلهاء الجماهير عن مشاكلها الحقيقية" (3).

11. **الغربة والطرافة:** "وتشمل هذه القيمة الإخبارية الوقائع والأحداث غير المألوفة في الحياة الاعتيادية أو تلك التي تخرج إليها الذات الإنسانية كونها تسلي الفرد وترفيه عنه" (4)، "وتقترب هذه القيمة الإخبارية من قيمة الاثارة إذ تجعل أخبار الغربة والطرافة وكذلك الاثارة المشاهد في حالة من التفكير والترقب" (5).

وتخلص الباحثة من خلال ما سبق أن هناك تباين واختلاف في تحديد عدد وماهية القيم الإخبارية انطلاقاً من التباين في تحديد ماهية الخبر الصحفي، وأن هذه القيم تختلف من فترة زمنية لأخرى، وأن أوليات القيم الإخبارية متباينة من مجتمع لآخر، ومن نظام إعلامي إلى آخر مما يجعل من الصعب توحيدها، وتعميمها، وجعلها قواعد ثابتة يُحدد عليها اختيار، وانتقاء الأخبار على المستوى العالمي.

(1) _جهان رشتي، الاعلام الدولي، مرجع سابق، ص 420.

(2) _فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 72.

(3) _سلمان صالح، مرجع سابق، ص 87-88.

(4) _سعيد محمد السيد، إنتاج الاخبار في الراديو والتلفزيون، عالم الكتب، دط، القاهرة، 1988، ص 21.

(5) _نهي عاطف العبد، مرجع سابق، ص 87.

المبحث الثاني: القواعد المهنية الإخبارية:

انطلاقاً من المصطلحات السابقة والمتمثلة في أخلاقيات العمل الصحفي والمعايير والقيم المهنية والقيم الإخبارية يمكن أن نحدد مفهوم القواعد المهنية، ونحاول أن نخرج من هذا الجدل المفاهيمي.

المطلب الأول: تعريف القواعد المهنية:

1. **القواعد:** من حيث اللغة موضوعاً لما هو أساس الشيء سواء أكان مادياً أو معنوياً، على نحو ينعدم الشيء ويضمحل بسبب انتفائه، وقال ابن منظور القاعدة أصل الأسس والقواعد الأساس وقواعد البيت إساسه، وجاء في القرآن الكريم "وإذ يرفع إبراهيم القواعد من البيت وإسماعيل «[البقرة: 127]، وقال الزجاج "القواعد أساطين البناء التي تعمد وقواعد الهودج خشبات أربع معترضة في أسفله تركب عبيدات الهودج فيها" (1).

وفي الاصطلاح فهي قضية كلية منطبقة على جميع جزئياتها قال التهاوني "وهي تطلق على معان مرادف الأصل، والقانون والمسألة والضابطة والمقصد، وعُرِّفَتْ بأنها أمر كلي منطبق على جميع جزئياته عند تعرف أحكامها منه" (2).

2. **المهنية:** في اللغة تعني الحَذَق، يقال حَذَقَ العملَ أي مارسه وأتقنه ويقال حَذَقَ عمله أي أمهره وأتقنه. (3)

وفي الاصطلاح: المهنة Profession: "هي وظيفة مبنية على أساس من العمل والخبرة اختيرت اختياراً مناسباً حسب مجال العمل بها وهي تتضمن مهارات وتخصصات معينة ويحكمها قوانين وآداب خاصة" (4).

3. **تعريف القواعد المهنية:** لا يوجد تعريف محدد لمصطلح القواعد المهنية، ولكن حاولت الباحثة أن تستخرج بعض المؤشرات من مضامين كتابات بعض الباحثين.

(1) _ ابن منظور، لسان العرب، دار المعارف، المجلد 5، ص 291.

(2) _ محمد علي التهاوني، موسوعة كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم، المجلد 2، ص 1292

(3) _ معجم المعاني الجامع www.almeary.com متوفر في 2020/05/12

(4) _ عقل محمود عطا، القيم المهنية، مكتبة التربية العربية لدول الخليج، الرياض، دط، 2005م، ص 83.

حيث يؤكد الباحث الصحفي محمد أبو عرقوب على ضرورة معرفة القواعد المهنية فيقول "يجب على الصحفي أن يكون على مستوى جيد من معرفة القواعد المهنية المتعلقة بالنشر ولا تكفي المعرفة إذا لم يصاحبها التزام قائم على الاقتناع بأن مهمة الصحافة والإعلام لا تستقيم ما لم يكن هناك مهنية سليمة تُبنى على أساسها الأعمال الصحفية والإعلامية التي تقوم بها" (1).

وتذكر الباحثة ريهام عاطف عبد الحمدي أن "Helen sissans دعت الصحفيين للالتزام بمجموعة من القواعد في عملهم بغرف الأخبار تلك العملية التي وصفتها "بالممتعة" حين سعى الصحفيون لجمع المعلومات وامداد القراء بما يكتشفونه، من هذه القواعد أن يحرص الصحفيون على الوصول لحقيقة الأحداث Truth of events وأن يتأكدوا من صحتها قبل النشر، وأن يلتزموا بالدقة والتوازن عند صياغة قصصهم Accurate and Balanced " (2).

إن ثمة فرق بن القواعد المهنية والمعايير الأخلاقية للعمل الإعلامي عموما والإخباري خصوصا، ويتضح ذلك من خلال أن القواعد المهنية هي مجموعة المبادئ والقيم الأساسية، وأن الالتزام بها وتطبيقها خلال الممارسة العملية للعمل الإخباري يُعد سلوكا أخلاقيا.

ويذكر الباحث مهدي محمد عبود أنه "إذا كان ثمة فرق بين الأخلاقيات والممارسة فإن الأخلاقيات تعبر عن السلوك المهني المطلوب من القائمين بوسائل الاتصال والالتزام بها، وتبقى هذه الأخلاق عديمة الفائدة ما لم تترجم إلى واقع ملموس خلال الممارسة المهنية للصحفيين" (3).

ويؤكد المدير العام في أكاديمية فرنسا 24 أنطوان كورمري خلال ندوة حوارية نظمها مركز الجزيرة الإعلامي للتدريب والتطوير على أهمية وجود معايير وقواعد تمنع الصحفيين من ارتكاب الأخطاء وقال: "إن التدريب والمهارات يجب أن يرافقهما التدريب الأخلاقي، فلا يمكن أن تكذب على الجمهور وتدعى النزاهة والتوازن" (4).

(1) _ جون هونبرغ الصحفي المحترف، ترجمة محمد كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، دط، القاهرة، 1990م، ص 50، ومركز هردو لدعم التغيير الرقمي، القاهرة، 2016.

(2) _ ريهام عاطف عبد الحميد، أنماط التحيز في المعالجة الإخبارية، العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2018م، ص 19.

(3) _ مهدي محمد عبود، أخلاقيات الحل الصحفي المفهوم والممارسة، مجلة أهل البيت، العدد الثالث، ص 196.

(4) _ تاريخ الدخول 2020/5/2 Aljazzira.net/news/reporter sondiator views 2013/03/17 _ (4)

لكن المدير العام لمركز الدوحة لحرية الإعلام جان كولن أبدى عدم ارتياحه لاستخدام كلمة "أخلاق" في وصف قواعد ومعايير العمل الصحفي، وقال "لا يعجبني استخدام كلمة أخلاق لأن هذا يعني أننا نتحدث عن الخير والشر، وعن الجميل والقبيح معتبرا أنه من الأفضل استخدام كلمة "المهنية". وقال "إن الصحفي لا يكذب ويسعى إلى الحقيقة ولا يتحيز وكل هذه الأمور هي قواعد ومعايير مهنية" فمبادئ الصحافة الجيدة هي نفسها في كل مكان، فلا يوجد ما يسمى إعلاما عربيا أو إعلاما غربيا، بل هناك إعلام جيد وآخر شيء على حد تعبيره⁽¹⁾.

ومنه تخلص الباحثة إلى أن القواعد المهنية في العمل الصحفي هي: مجموعة المبادئ التي تتحكم في جودة المحتوى الإخباري، والتي يجب على الصحفي أو القائم بالاتصال تطبيقها انطلاقا من مصدر المعلومة، وانتقائها، وتحريها، ونشرها، وبثها إلى الجمهور، هذه القواعد التي يجب أن تعلق السياسات التحريرية للمؤسسات الإعلامية وتُلزم كل العاملين بعدم مخالفتها ويمكن رصد هذه القواعد التي تعمل على قياس مهنية المحتوى الإعلامي والإخباري في مجال القدرة على الوصول إلى مصادر المعلومات وكفاءتها، وقواعد التغطية الإخبارية من قبيل التوازن والأنصاف والدقة والشمول والحياد، وقواعد ملائمة وأشكال وقوالب ووسائل التغطية للأحداث أو الموضوعات، وقواعد الفصل بين مواد الرأي والأخبار، وقواعد الالتزام المهني من قبيل احترام الخصوصية والنزاهة.

المطلب الثاني: تصنيفاتها:

ويحصر الباحث محمد شومان القواعد المهنية "في العملية الإخبارية والتي تُلزم العاملين بعدم مخالفتها في تسع قواعد وهي: "التقيد بالحقائق، الدقة، والموثوقية، التمييز بين الأخبار والآراء، يُمنع على الصحفي جلب الإعلانات، التوازن في نشر الروايات المختلفة في الأخبار والقصص الإخبارية، احترام خصوصية المواطنين وحقوق الضحايا، ولا يجوز نشر أسماء أو صور المتهمين، وغير مسموح نشر أسماء وصور المتبرعين بالأعضاء أو المستفيدين من التبرع"⁽²⁾.

⁽¹⁾ _رماح الدلقموني، المعايير المهنية والأخلاقية وحرية التعبير، منتدى الجزيرة 7 الدوحة 16/3/2013

تاريخ الدخول: 2020/5/2 Ajazzira.net/news/reporter_sondiator_views

⁽²⁾ _محمد شومان، يعني أية مهنية الصحافة والاعلام؟ 06 يوليو 2016.

تاريخ الدخول 10 أبريل 2020 Yorm.7.com/story/2016/6/5/27501382020

ومن خلال المفاهيم السابقة وهي الأكثر تداولاً في الدراسات والابحاث الخاصة بالعملية الإخبارية في المؤسسات الإعلامية ترى الباحثة أن هذه القواعد المهنية التي يجب أن يتقيد بها الصحفي أو المراسل أو القائم بالاتصال عموماً في عملية التغطية الإخبارية لمختلف الأحداث والقضايا التي توجه إلى الجمهور المتلقي، والذي من حقه أن يعرف الحقيقة كما هي وبكل تفاصيلها حتى يُكوّن عنها رأي عام صائب هذه القواعد التي تشمل قواعد تتعلق بمصدر الخبر وطريقة الحصول عليه، وقواعد تتعلق بكتابة وتحرير الأخبار، وقواعد تتعلق بنشرها وبثها، وقواعد تتعلق بأشكال وقوالب بثها، وقواعد تتعلق بالفصل بين الأخبار والآراء والدعاية بجميع أشكالها.

وتحاول الباحثة هنا رصد هذه القواعد المهنية للتغطية الإخبارية وتحديد تعريفها لها.

أولاً: قاعدة الدقة:

الدقة" تعني أن كل عبارة في المادة الخبرية من أسماء وتواريخ واقتباسات من كلام المصدر وغيره منقول بشكل دقيق ودون حذف يخل بسياقها، ويعطيها معناً أو تأثيراً مخالفاً للحقيقة أو عكس ما كان عليه أو كان نشر كاملاً أي دقيقاً" (1).

وتعني ايضاً "التأكد من المعلومات خاصة الإنماء والارقام والتواريخ والأماكن وأن نذكر التصريحات كما هي ضمن سياقها الأصلي وأن تكون اللغة واضحة." (2).

والدقة بالمفهوم الاجرائي هي تفادي الاخطاء بأنواعها المعلوماتية والمفاهيمية واللغوية والنحوية والطباعية وغيرها وهي لا تحتاج فقط إلى التشبث بالآراء والمواقف والمعلومات الصحيحة، ولكنها تحتاج أيضاً إدراكاً للسياق وامتلاكاً للخلفية إلى تحول دون ارتكاب الاخطاء ويمكن قياس الدقة وفق المؤشرات الآتية:

-تجنب المحتوى غير الصحيح.

-المحتوى يتعد عن المعلومات الناقصة التي قد تؤدي إلى تشويه الوقائع.

(1) _أياد هلال حمادي، مرجع سابق، ص 78 نقلاً عن:

Huffort Richard Bad News, Valun I, clasfow, university Media group london, 1996, p24-27.

(2) _لؤي خليل، الإعلام الصحفي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الاردن، 2009م، ص 292.

- تجنب أخطاء المعلومات والارقام والمؤشرات
 - وتجنب اخطاء المفاهيم والمصطلحات.
 - وضع الاقتباس في السياق الذي قيل فيه.
 - الاعتماد على مصادر موثوقة ولها تاريخ مشهود من الصدقية.
 - عدم العزو إلى مصادر جماعية إلا في الحدود الضيقة التي يكون التعبير جماعيا واضحا ومعلنا.
 - المحتوى لا يقدم صورا أو فيديو هات تم تعديلها أو التلاعب بها⁽¹⁾.
- ونظرا للأهمية البالغة لقاعدة الدقة في العملية الإخبارية أرادت الباحثة أن تفصل أكثر في مجالاتها، سواء الدقة في اللغة أو الصورة أو الدقة في المعلومة.

1. الدقة في اللغة:

- لغة الصحافة واضحة وسيطة ومحكمة ومفهومة لمشاهد وبعيدة عن التأويل والمحسنات البلاغية ومن مؤشرات دقة اللغة ما يأتي:
- استعمال المفردة الصحيحة
 - تجنب الكلمات الفضفاضة ونقصد إلى المعلومة المحددة قدر الامكان.
 - توخي الدقة في الترجمة دون الوقوع في الحرفية.
 - نقل الرأي بكلمات صاحب الرأي وفضلها عن المعلومات الأخرى في الخبر.
 - تجنب النعت ما أمكن ونأتي عوضا عنه بالمعلومة.

2. دقة الصورة:

- للصورة أهمية قد تفوق أهمية النص ويمكن تحديد دقة الصورة من خلال المؤشرات الآتية:
- اختيار الصورة المعبرة عن الخبر.
 - الحرص على أن تكون عملية المونتاج وإضافة عناصر التوضيح الجرافيكي معززة للخبر وآلا تخرجه عن حقيقته.

(1) _معايير التحقيق من مصداقية التغطية الصحفية مرصد مصداقية الاعلام الاردني.

-وصف الصور الأرشيفية بأنها كذلك بالكتابة على الشاشة.
-استعمال لقطات مختلفة للتعبير عن الحدث فاللقطات القريبة لها أهميتها في إبراز المشاعر
واللقطات الواسعة تؤسس للمشهد.

-الحرص على الصوت الطبيعي المصاحب للصورة الذي قد يكون في درجة أهمية الصورة نفسها.
3.دقة المعلومة من خلال المؤشرات الآتية:

- استيفاء المعلومة من المصدر الأساسي وخصوصا من المرسلين.
- عدم الخلط بين المعلومة ضمن الخبر والتكهنات والتحليلات الذاتية.
- توخي الحذر عند الحصول على شريط مصور غير معروف المصدر.
- تجنب حذف أي جزء من الخبر غلا بمسوغ أخلاقي أو تحريري.
- الدقة في اسماء الاشخاص وألقابهم والبلدان والاحزاب والارقام والاحصائيات⁽¹⁾.

ثانيا: قاعدة التوازن :

التوازن هو نقل المعلومات وآراء المصادر بتساو ودون أي أحكام أو تقييم والحرص على التوازن بين المصلحة العامة والمصلحة الخاصة، ويعني التوازن أن يعكس المحتوى وجهات النظر ومعلومات كافة الأطراف بتساو، والتوازن في التغطيات السياسية هو الاكثر حساسية ويتحقق عادة بتعريف متوازن لكافة المواقف السياسية وتجنيد الإشارة إلى أن المضمون المتوازن لا يعني دائما المضمون الدقيق، ويقاس التوازن وفق المؤشرات الآتية⁽²⁾:

- التوازن في عرض المصادر.
- التوازن في استخدام اللغة بعيدا عن المبالغة.
- التوازن في استخدام عناصر الإبراز والعناوين.
- التوازن بين المصلحة العامة والمصلحة الخاصة.

⁽¹⁾ _ ضبط الجودة والمعايير التحريرية، شبكة الجزيرة بتصرف، نوفمبر 2014.

⁽²⁾ _ معايير التحقق من مصداقية التغطية الصحفية مرصد مصداقية الاعلام الاردني، مرجع سابق (بتصرف).
تاريخ الدخول: 25. Net work.aljazeera.net/or/mode/40071/2020/01

-التوازن في استخدام الصور والفيديوهات.

-التوازن في إعطاء مساحات متساوية لمختلف الأطراف ذات الصلة.

ويعرف صالح سليمان التوازن "يشير هذا المفهوم إلى آراء عديدة منها أن التوازن يعني إفساح المجال لأصحاب الآراء ووجهات النظر المختلفة ليكونوا في دائرة الضوء، وليس فقط اثنين من المتخاصمين أو وجهتي النظر، وهو ما يصور الأمر على أنه هناك إختيارين فقط، بينما هناك الكثير من الآراء والحلول"⁽¹⁾

ثالثا: قاعدة الشمولية والتكامل: وهي أن تكون المادة الإخبارية شاملة ومكتملة وغير متجزئة أو انتقائية وتضمن تتبع الخبر من بدايته إلى نهايته والبحث عن العناصر المكمل له سواء عن طريق المصادر الأصلية أو أقسام المعلومات.

والشمول والتكامل في التغطية الإخبارية تفرض الامام بخلفية الحدث من الناحية التاريخية أو تقديم أوضح صورة ممكنة للخبر وهذا يتطلب ايراد الحقائق التي تفيد في توضيح أهمية الحدث وصف التطورات التي أدت للحدث وشرح كافة الأوضاع التي يعتبر الحادث جزء منها من خلال شرح الحادث"⁽²⁾.
وتقاس الشمولية وفي المؤشرات الآتية:

-الاحاطة الكافية والشاملة بالموضوع.

-الاحاطة عن الأسئلة الست من؟ ماذا؟ حتى؟ أين؟ كيف؟ ولماذا؟

-الاتساق مع السياق.

- استخدام الخلفيات لأغراض التعريف واستكمال المادة الإخبارية وليس لأي أغراض أخرى"⁽³⁾.

رابعا: قاعدة الوضوح: ويعني الوضوح في العرض الذي يؤدي إلى فهم المحتوى، من جانب المختصين، وعامة الجمهور مع تجنب خطر التبسط الذي قد يؤدي إلى التحريف.

(1) صالح سليمان، أخلاقيات الاعلام وقوانينه، دار الفلاح للنشر والتوزيع، ط4، القاهرة، مصر، ص32.

(2) محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، منشورات الدار المصرية اللبنانية، دط، القاهرة، 2003م، ص 17.

(3) معايير المحقق من المصدقية التغطية الصحفية رصد مصداقية الإعلام الاردني، مرجع سابق- بتصرف-

وتقاس قاعدة الوضوح وفق المؤشرات الآتية⁽¹⁾:

- المحتوى محدد وواضح في ذكر الوقائع والأحداث والاشخاص والمسميات.
- الإشارة بوضوح إلى المعلومات التي لم يتحقق منها.
- المحتوى الارشيفي يشار إلى تاريخه ولا ينشر محتوى قديم على أنه خبر.
- المحتوى يذكر الحقائق مع مصادرها.
- الابتعاد عن المفاهيم والعبارات التي تحمل تفسيرات متعددة.
- الابتعاد عن التعقيد والمفاهيم المتخصصة.
- المحتوى يشير كيفية الحصول على المعلومة حتى وإن تحفظ على ذكر المصدر.
- الإشارة بوضوح إلى تاريخ وصفة ومصدر الصورة والفيديوهات (هل هي صور أرشيفية أو تعبيرية أو مرتبطة بالحدث).

خامسا: قاعدة الحياد وعدم التحيز: يعرفه الباحث بركات عبد العزيز بأنه "صياغة الموضوع صياغة محايدة على أساس وازع داخلي نابع من القائم بالاتصال وهذا الوازع يكون قيمة أخلاقية توجه إنتاج الرسالة"⁽²⁾.

وبعني الحياد تجنب الانحياز أي الميل الذاتي والمحابة في التغطية الخبرية أو الرؤية احادية الزاوية القائمة على المصالح، فالحياد يعني كافة الممارسات العمدية وغير العمدي التي تخلو من دوافع التحريف أو التهميش أو المبالغة أو الانتقاء التي تخدم وجهة نظر معينة.

وقد يكون التحيز واضحا وصريحا مثلما قد يكون ضمنيا أو مستترا، ويذكر الباحث بركات عبد العزيز أن التحيز يأتي بأساليب متعددة من بينها⁽³⁾.

1- أسلوب التنسب Attribution Bias: بمعنى أن المحرر ينسب الرأي أو المعلومة إلى طرف غير محدد أو إلى طرف محدد، قد يكون متحيزا، ولا ينسبها المحرر لنفسه رغم أنه هو الذي جاء به.

2- تحيز الوصف Adjective Bias بمعنى وصف الحدث أو الأطراف بأوصاف معينة ضمن المعتاد

(1) _ معايير التحقق من مصداقية التغطية الصحفية، مرجع سابق، بتصرف.

(2) _ بركات عبد العزيز، المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص 167.

(3) _ المرجع نفسه، ص 168.

حيث أن صياغة الأخبار في وسائل الإعلام الصهيونية تصف الفدائيين الفلسطينيين بالإرهابيين كما أن بعض وسائل الإعلام الغربية تصف الأشخاص الملتزمين بدينهم بالمتشددين أو المتطرفين أو الأصوليين⁽¹⁾.

3- تحيز الرأي Opinion Bias: بمعنى ابداء رأي صريح Outright opinion في الحدث: فقد يقع حادث مروع، ويأتي الخبر المعبر عن هذا الحدث منطويا على رأي من المحرر -دون سند من الواقع- بأن الحادث تسبب فيه شخص أو جهة معينة.

4- التحيز السياقي contextual Bias: بمعنى تحريف في مضمون الرسالة ككل بما يناقض حقيقة الحدث أو الموضوع⁽²⁾.

5- التحيز الظرفي Adverbial Bias: ويعني أن يضيف المحرر أو المراسل تعليقا متحيزا على الحدث (في صورة معلومات) معينة أو أن يعتمد المراسل التركيز على جانب معين في أداء الشخص المعني بالحدث فمن أمثلة التحيز الظرفي، باستخدام المعلومات تذييل التقرير الإخباري بمعلومة عن حدث سابق مماثل تتخلص في أن جهة معينة سبق أن أتهمت في هذا الحدث ربما يوحي بأن هذه الجهة هي التي قامت بالحدث الحالي، وأنه قد سبق اتهامها في حادث سابق⁽³⁾.

ويقاس الحياد وعدم الانحياز وفق المؤشرات الآتية:

- المحاباة أن تعكس المادة الصحفية انحيازاً لصالح طرق أو أكثر من أطراف القصة على حساب طرف أو أطراف أخرى، وقد يحدث الانحياز بالمحاباة أحيانا بسبب جهل الصحفي بأبعاد الموضوع الذي يقوم بتغطيته.

- الانتقائية والحذف الاختياري: حذف أو تغييب الحقائق التي تؤيد وجهة نظر معينة بهدف إظهارها ضعيفة لحساب وجهة نظر أخرى، وحشد أو فقر في استخدام المصادر لصالح طرف ما أو ضد طرف آخر⁽⁴⁾.

(1) _ بركات عبد العزيز، المادة الاخبارية في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص 168.

(2) _ المرجع نفسه، ص 168.

(3) _ المرجع نفسه، ص 169.

(4) _ معايير التحقق من مصداقية التغطية الصحفية، مرجع سابق، بتصرف.

-استخدام عناصر الإبراز لتحيز مثل عدم تناسب أهمية المادة مع مكانها وحجمها واستخدام
العناوين والصور والجرافيك وغيرها.

-عدم توافق العنوان مع النص.

-تضخيم وتنميط بعض أطراف القصة بشكل يؤدي إلى ترفيع مكانتهم أو الإضرار بهم.

سادسا :قاعدة النزاهة والأنصاف:

وتعنى نقل ما حدث وما يقال كما حدث وكما قيل بالفعل وبأعلى درجات الأمانة وباستخدام
التعبيرات التي قيلت وبدون اي أحكام أو تقييم أو محاولة لتصحيح ودرء الضرر بأكبر قدر ممكن.

والنزاهة هي الالتزام الشخصي بمعايير سلوك وأداء عالية وترتبط النزاهة بمفاهيم الموضوعية والدقة
فالصحفي الذي يتحلى بالنزاهة لا يخدع أو يشوه أو يستغل الجمهور أو يستغل موقعه لتحقيق مصلحة
شخصية، ويقول الناشر أدولف أوكس Adolph ocks الذي اشترى صحيفة "نيويورك تايمز" هدفنا
نقل الأخبار بدون تحيز أو خوف أو محاباة بصرف النظر عن من قد يكون طرفا في هذه الأخبار⁽¹⁾.

ويقاس الأنصاف والنزاهة وفق المؤشرات الآتية:

-الأمانة في نقل ما حدث وما قيل وعدم تحريفه بعيدا عن الاختصار بما قد يفقد معناه.

- الابتعاد عن تفسير ما قاله المصدر.

-عدم إطلاق الأوصاف والأدوار التي قد تنم عن توجهات محددة سلفا.

- الابتعاد عن التسبب بالألم أو الحرج أو إلحاق الضرر بالأشخاص المعنيين بالأخبار إذا ما كان
من الممكن أن تنقل الوقائع والحقائق للجمهور بدون التسبب بهذا الضرر أو الحرج.

-الالتزام بالإطار القانوني في حماية الخصوصية بما لا يتناقض مع حق المجتمع بالمعرفة.

-عدم نشر الصور التي تسيء للأفراد الذين تدور حولهم الأخبار إذا كانت الاساءة أكبر من
القيمة الإخبارية للصورة.

-عدم نشر الاتهامات غير الصادرة عن مصدر معين وبدون أدلة واضحة⁽²⁾.

(1) _ابراهيم عبد الله المسلمي، التحيز الاعلامي في الالفية الثالثة، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 2012، ص 145.

(2) _معايير التحقق من مصداقية التغطية الاخبارية مرصد مصداقية الاعلام الاردني، مرجع سابق، بتصرف.

المطلب الثالث: علاقة الموضوعية بالقواعد المهنية:

"يعتبر مفهوم الموضوعية من أبرز المفاهيم التي نالت الكثير من اهتمام الباحثين في مجالات مختلفة خاصة مجال الإعلام والصحافة ولقد تطور مفهوم الموضوعية منذ قرن تقريبا كرد فعل على التغطية الصحفية التي تهدف إلى الاثارة بدافع الأهواء والآراء الشخصية وهي طريقة التغطية التي كانت شائعة في معظم الصحف واستخدم تعبير الموضوعية أصلا لوصف نهج أو أسلوب صحفي، بحيث يسعى الصحفيون إلى تقديم الأخبار بطريقة موضوعية لا تعكس تحيز الصحفي نفسه أو المؤسسة التي تملك وسيلة الإعلام"⁽¹⁾.

والموضوعية شيء نسبي ولا يرصد حتى الآن تعريف موحد يتفق عليه فقهاء الإعلام ورغم أن عددا كبيرا من المؤتمرات الدولية عقدت ولا تزال تعقد بين الحين والآخر من وضع تعريف شامل لمفهوم الموضوعية إلا أن المحاولات فشلت في الوصول إلى مفهوم محدد، ومع ذلك توجد تعريفات لا تحصى، وأبرز هذه التعريفات ترى "أن الموضوعية هي حالة ذهنية للمحرر أو المندوب الصحفي، بعد إصدار الحكم على ما يرى، وعدم التأثر بأحكامه الشخصية السابقة أو تحيزاته الفكرية أو الدينية أو المعرفية القبلية، وإسناد المعلومة لمصادرها، وبذل الجهد لعرض كل الآراء بتوازن لا تحيز فيه، وعليه أن يفترض بوجود جانب آخر للتغطية الخيرية"⁽²⁾.

وقد حدد الباحث سيغال ليون بعض النقاط التي يرى الالتزام بما يحقق الموضوعية وهي⁽³⁾:

-تقديم الأنباء في حياد تام.

-تقديم الأنباء الصادقة.

-فصل الأنباء عن الآراء.

(1) _عبير شفيق الرحياني، الإعلام رسالة ومهنة، دار أسامة للنشر والتوزيع، دط، عمان، الاردن، 2013م، ص 195.

(2) _إياد هلال حمادي، المعالجة الاخبارية للقضايا العربية في القنوات التلفزيونية الموجهة، مرجع سابق نقلا عن

Reedgtl Blak taxonomy of concept in mass communication new-york.hastugs House publishers, 1975, p535.

(3) _عبد الكريم على الدبسي، المعايير المهنية في الصحافة الالكترونية الاردنية، المجلة العراقية للمعلومات، المجلد 12، العدد 1-2-

2011، ص 118 نقلا عن:

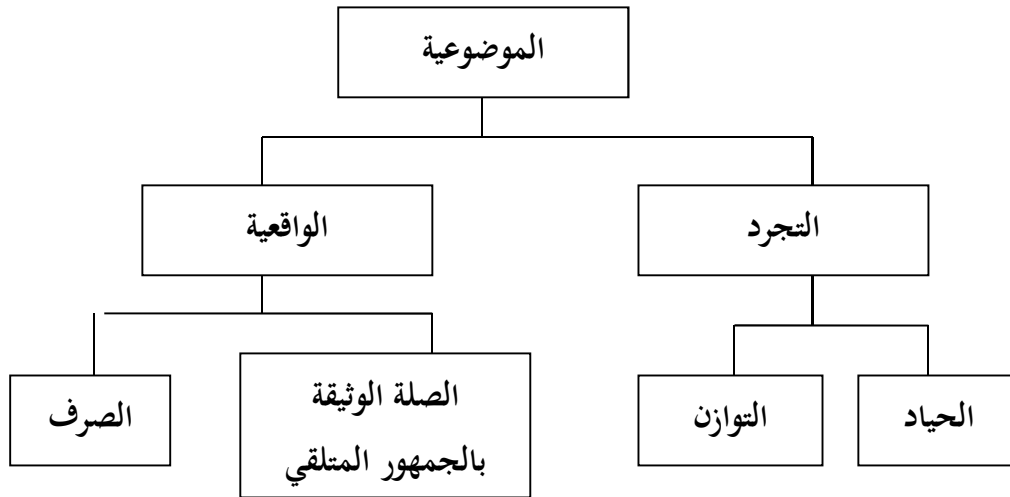
Sigal leon, Reporter and Officials', lexmngton, M.A.DC.Health and co, 1175.

-ذكر مصادر الأنباء بوضوح.

-عرض وجهات النظر المختلفة في حال وجود آراء متباينة حول موضع الخبر مع أهمية ذكر مصادرها.

ويعتمد تحديد المقومات الأساسية لعناصر الموضوعية على الخصائص الاجتماعية والسياسية لكل مجتمع للارتباط بتلك المقومات بالصدق في القول والأمانة في نقل المعلومات التي هي جزء من القيم العليا لمعظم المجتمعات.

وقد وضع الباحث السويدي ستاهل Stahl-j-vester في مقال حول الموضوعية مخططاً أو ضح فيه المكونات الرئيسية للموضوعية وعلى النحو الآتي⁽¹⁾:



وحسب هذا المخطط فقد قسم ستاهل الموضوعية إلى مكونين رئيسيين هي: التجرد والواقعية، ويحتوي التجرد على مكونين أيضاً هما الحياد والتوازن ويعترف ستاهل الحياد بأنه البعد عن استعمال لغة عاطفية أو أي شكل من أشكال استمالة الجمهور نحو موقف معين تجاه الموضوع الوارد في الخبر، بينما يعرف التوازن بأنه "إعطاء الفرصة لكافة وجهات النظر في صياغة الخبر ووضع تلك الآراء بمستوى متوازن من حيث المساحة أو الزمن أو التركيز. أما الواقعية في مخطط ستاهل فإن المكونين الأساسيين لها هما: الأول الصدق الذي يرى بأنه ليس بحاجة إلى تعريف والثاني ارتباط الخبر وصلته الوثيقة بالجمهور

⁽¹⁾ _عبد الحليم موسى يعقوب، الموضوعية والقيم الإخبارية في الاعلام، الدار العالمية للنشر، دط، الجزيرة، 2008م، ص 64-65.

المتلقي فيرى ستهل: "إن هذا المكون ذو صلة بعملية اختيار الخبر أكثر من اتصاله بشكل الخبر وأسلوب صياغته إذ أن المطلوب هو اختيار الخبر الذي يتصل بمحور المتلقي ويشبع رغبات المعرفة عنده حتى يستكمل الخبر أسس الموضوعية، كما تقتضي قواعد السلوك المهني، احترام خصوصية الأفراد، وأن يتركوا أحرار من المراقبة أو التدخل في شؤونهم الخاصة"⁽¹⁾.

بينما يضيف كل من ميلفن ل. ديفليير وساندرا بول روكيتش إلى مفهوم الموضوعية فيقولوا أنها تعني "التجرد والنزاهة والتوازن والاهتمام بمصالح الجمهور"⁽²⁾.

ويرى محمد بن سعود البشر أن الموضوعية "تتسم بالسعي من أجل أهداف عديدة منها فصل الرأي عن الحقيقة احتراماً لحق الجمهور في أن يعرف الحقائق المجردة، أي الحياد بدلاً من التدخل والمشاركة بالرأي والتوازن بنزاهة في إعطاء الأطراف المختلفة فرصاً متكافئة لإبداء وجهات نظرها"⁽³⁾.

وتجدر الإشارة إلى أنه يُعامل مع الموضوعية في العمل الإعلامي وفق اتجاهين "حيث يرى الاتجاه الأول أن الموضوعية هي خرافة ولا وجود لها بحجة أنه لا يوجد مراسل صحفي يعرف الحقيقة كاملة، ومن ثم ليس بمقدوره أن يكتب تقريراً يضاوي الواقع بكل أبعاده، بينما يرى الاتجاه الثاني أن الموضوعية هدفاً يمكن تحقيقه ويمكن للصحفي أن يكون موضوعياً إذا أراد وسعى من أجل ذلك عبر مجموعة من العناصر، والآليات، وهي الإحاطة الكافية بالموضوع الذي يتصدى لمعالجته ومراعاة الدقة للدرجة القصوى، وتحقيق الأنصاف والحياد والتوازن ووضوح الرسالة حتى في أوقات الخطر والشمولية وعدم إهمال السياق وإسناد الرأي لمصدر موثوق وذي صلة بالعمل لصالح الحقيقة، وليس لأي جهة أو اعتبار آخر، وإذا تعذر إقصاء الأيديولوجيا فعلى الأقل يجب الإحاطة برأي الطرف الآخر ونشر الحقائق حتى ولو كانت تتحدى الجو العام، وكذلك البعد عن القصور في نقل آراء الأطراف المنخرطة في القصة والأفراد الذين يملكون رأياً في ما يحدث"⁽⁴⁾.

(1) _عامر إبراهيم قند يلجي، مصادر المعلومات الإعلامية، دار المسيرة، دط، عمان، الاردن، 2011م، ص 314.

(2) _ميلفين ل ديفليير وساندرا بول وديكتش، نظريات وسائل الاعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، دط، القاهرة، 1993م، ص 114-115.

(3) _علي حجازي إبراهيم، آليات صناعة الاعلام، دار المعتز للنشر والتوزيع، دط، 2008م، ص 67 نقلاً عن محمد بن سعود

البشر، رؤية جديدة للمفاهيم الإعلامية، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الامام محمد بن سعود، الرياض، 2006م، ص 29.

(4) _عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، دراسة نظرية تطبيقية، دار الفجر للنشر والتوزيع، دط، القاهرة، 2005م، ص 41.

وترى الباحثة أن الكثير من الممارسات في العملية الإخبارية تتناقض مع مفهوم الموضوعية وإذا أردنا أن نقيم التغطية الإخبارية، ونقيس درجة الموضوعية فيها باعتبارها خلاصة لعدة معايير وقواعد مهنية كالحياد والتوازن والدقة وقاعدة الأنصاف وعدم التحيز فيمكن لنا ذلك بقياس وجود هذه القواعد، أمّا إذا أردنا قياس درجة الموضوعية باعتبارها قاعدة مهنية ذات قيمة معيارية فيمكن أن نضع لها مؤشرات تكشف عنها من خلال المحتوى الإخباري انطلاقاً من المفاهيم السابقة للموضوعية وهذه المؤشرات هي:

- المحتوى يفصل بين الأخبار والآراء.
 - المحتوى يفصل بين الوقائع والتكهنات.
 - المحتوى يذكر مصادر الأخبار بدقة ووضوح.
 - تقديم الأنباء في حياد تام.
 - تقديم الأنباء الصادقة.
 - عرض وجهات النظر المختلفة في حال وجود آراء متباينة حول موضع الخبر مع أهمية ذكر مصادرها.
- وفي نهاية هذا الفصل الهام نخلص إلى أن الباحثة حاولت أن تخرج من هذا الجدل المفاهيمي من خلال تحديد تعاريف، ومفاهيم لهذه المصطلحات المتقاربة والمتداولة بكثرة في الكتابات الإعلامية الخاصة بالعملية الإخبارية فأحياناً كان يعبر عن القيم الإخبارية بعناصر الخبر، وأحياناً بالمعايير الصحفية وأحياناً بالقيم والضوابط والمبادئ، والأسس، ولما كانت الدراسة تستوجب مصطلحاً يحقق أهداف البحث استخدمت الباحثة مصطلح القواعد المهنية والتي لا يوجد له تعريفاً مسبقاً، فحاولت الباحثة أن تضع له تعريفاً وتحدد له تصنيفات في شكل قواعد، وتضع لكل قاعدة مؤشرات يُجرى الكشف عنها في الإطار التطبيقي للبحث في العينة المختارة، هذه القواعد التي يجب أن يتقيد بها الصحفي والمراسل والقائم بالاتصال في المؤسسة الإعلامية حتى تحقق تغطية إخبارية تتسم بالدقة، وعدم التحيز والحياد، والشمولية والنزاهة والتوازن، وتلبي رغبة الجماهير في معرفة الحقيقة.

الفصل الرابع:

تغطية الأخبار في القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة بالعربية

- المبحث الأول: التغطية الإخبارية، تعريفها، تصنيفاتها، أنواعها، مراحلها، وأشكالها
- المبحث الثاني: مصادر التغطية الإخبارية، تعريفها، أنواعها
- المبحث الثالث: القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية

تمهيد

يتفوق التلفزيون كوسيلة إخبارية في ظل ثورة الاتصال التي أتاحت امكانية معالجة الأحداث عن بعد وذلك نتيجة لتطور تكنولوجيا الاتصال، وظهور القنوات الفضائية مما أدى إلى زيادة الوعي بأهمية الوظيفة الإخبارية للتلفزيون خاصة في أوقات الأزمات والأحداث الطارئة، "حيث أثبتت العديد من الدراسات أن الأخبار التلفزيونية في أوقات الحرب والأزمات تعد من أكثر المضامين تفضيلاً لدى المتلقي فطبقاً لمحددات "ليفى Levy" هناك خمسة مجالات مختلفة لمتابعة الأخبار هي المراقبة، والطمأنينة، التوجه المعرفي خلف استيلاءات، التوجه العاطفي، والتسليّة" (1).

كما لا ينكر أي شخص أن الوظيفة الإخبارية للتلفزيون استفادت من التطورات التقنية الحاصلة التي تعدت حدود الزمان والمكان كما تزايدت كمية الأخبار المتدفقة داخل الحدود وخارجها، كما تحسن الأداء المهني للوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام كما ظهرت العديد من القنوات الإخبارية الجديدة، إذ أصبح التلفزيون من أكثر الوسائل التي يرجع إليها للحصول على المعلومات "كما ثبت أن أفضل المواد التلفزيونية هي المواد الإخبارية، وذلك في كثير من الدراسات التي تناولت دوره واسهامه" (2).

يتكون هذا الفصل من ثلاثة مباحث، المبحث الأول خاص بالتغطية الإخبارية تعريفها، تصنيفاتها أنواعها، مراحلها، وأشكالها كالنشرة الإخبارية، والخبر التلفزيوني، والتقرير التلفزيوني.. والمبحث الثاني خصص لمصادر الأخبار، تعريفها، أنواعها، علاقة الصحفي بمصادر الأخبار، واليات تأكد الصحفي من صحة معلوماته، واليات الكشف عن تحيز المصادر الإخبارية، والمبحث الثالث خاص بالقنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة بالعربية، نشأتها، وأنواعها، وخصائصها، وتأثيراتها.

(1) -وليد رشيد العبيدي، مصداقية الأخبار في القنوات الفضائية العربية، مكتبة جزيرة الورد، ط1، القاهرة، 2014، ص32.

(2) - المرجع نفسه، ص33.

المبحث الأول: التغطية الإخبارية، تعريفها، تصنيفاتها، أنواعها، مراحلها، وأشكالها.

لقد أسهم التطور التقني في مجال البث التلفزيوني والنقل المباشر، والتقدم الكبير في مجال التصوير وتطور المنتج من تغيير مفهوم التغطية الإخبارية الحديثة بحيث لا تعني تغطية حدث ما يحدث بعد حدوثه، وإنما المتابعة الحية والفورية للأحداث التي تحقق للمشاهد المشاركة فيها والواقعية أينما يكون وفي أي وقت" (1).

المطلب الأول: تعريف التغطية الإخبارية

إن مصطلح التغطية الإخبارية مكون من كلمتين هي: التغطية والأخبار.

1. تعريف التغطية: في اللغة فقد أطلق القاموس المحيط ولسان العرب والصحاح من اللغة أن الفعل غَطَى والاسم غِطاء وتَغْطِيه بأن هذه الكلمات تُعْطِي معنى السِتْر. غَطَا الشيء غَطْوًا وَغَطَّاه تَغْطِيَةً، وَأَغْطَاه وَارَاه وَسَتَرَهُ... والغِطاء ما تَغْطِي به أو غَطَى به غيره (2) حتى الكفر فُسِّر بالتغطية، وأصل الكفر تغطية الشيء تَغْطِيَةً، تستهلكه كله، وكل ما غَطَى شيئاً فقد كفره، والكُفر ذو كفر أي ذو تَغْطِيَةٍ لقلبه بكُفره (3).

وفي الاصطلاح: يقول الباحث محمد عبد الجبار الشوط "أنه لم نجد في اللغة العربية ما يعطي المعنى الذي يقصده الإعلاميين من عبارة التغطية الإعلامية أو ما يشابهها.. حيث نقول في عالم الإعلام "غطى الحدث" ونحن نقصد كتب عن الحدث أو صورته أو أذاع خبره، ونشره في أية وسيلة إعلامية من أجل اشهار الحدث وجعله معلوما عند الناس". (4)

2. تعريف الأخبار: في اللغة، أمّا الأخبار وأخبار جمع خبر: تعني ما ينقل ويتحدث به، كان في

(1) - المرجع السابق، ص33.

(2) - ابن منظور، مصدر سابق، ص4230، 5024.

(3) - المرجع نفسه، ص4230-5024.

(4) - محمد عبد الجبار الشوط، التغطية الإعلامية، موقع جريدة الصناع 2011/5/30.

abu.edu.ig/arts/journalism/students/projects/15997 تاريخ الدخول: 2020/02/18.

خبر كان "أي صار من الأمور الماضية ولم يعد له وجود، سألته عن أخباره واستعلم عن أحواله" (1) .
والخبر هو لفظ مجرد من العوامل اللفظية مستندا إلى ما تقدمه لفظا وقيل الخبر ما يصح
السكوت عنه وهو الكلام المحتمل الصدق أو الكذب (2) .
الخبر لغة ما يُنقل ويُحدث به قولا أو كتابة، وخُبرَ بالأمر أي علمته، وخبرت الأمر أخبرته إذا
عرفته على حقيقته، والخبر جمعه أخبار وهو ما أتاك من نبأ عمن تستخبر، فالخبر في اللغة هو العلم
بالأمر ومعرفته على حقيقته، والخبر بالأمر أي العالم به،
وفي الاصطلاح فمفهوم الخبر على هذا النحو يعني المعلومات عن أحوال جرت وبهنا معرفتها
فنستخبر عنها (3) . وتعبر كلمة "أخبار" عن مواد سيتم نشرها من خلال المرسل لتشكّل معلومات
بالنسبة للمستقبل (4) .

3. تعريف التغطية الإخبارية:

يعرف الباحث محمد سلمان الحتو التغطية الإخبارية بأنها "هي العملية التي تتضمن مجموع
الخطوات التي يقوم بها الصحفي بالبحث عن بيانات، ومعلومات، وتفاصيل، وتطورات حدث ما أو
واقعة أو تصريح ما، بمعنى آخر يسعى بتغطيته الإخبارية الإجابة عن كل الأسئلة التي قد تتبادر إلى ذهن
القارئ بشأن هذه الواقعة أو الحدث أو التصريح، ثم يقيم هذه المعلومات ويحررها بأسلوب صحفي
مناسب (5) ويضيف "ويقصد بالتغطية الإخبارية عملية الحصول على البيانات والتفاصيل لحدث معين
والمعلومات المتعلقة به والإحاطة بأسبابه ومكان وقوعه واسماء المشاركين فيه، وكيف وقع؟ وغير ذلك من
المعلومات التي تجعل الحدث مألوكا للمقومات والعناصر التي تجعله صالحا للنشر" (6) .

(1) - علي بن حسن الهنائي، المعجم الأبجدي، دار الشروق، ط2، بيروت، ص398.

(2) - الشريف علي بن محمد الجرجاني، كتاب التعريفات، دار الكتب العلمية، بيروت، ص93.

(3) - محمد جمال الغار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع ودار المشرف الثقافي، عمان-الأردن، 2006، ص156.

(4) - محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ج3، ص1085.

(5) - محمد سلمان الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريها، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان-الأردن، 2012،

ص186.

(6) - المرجع نفسه، ص189.

المطلب الثاني: تصنيفات التغطية الإخبارية

وتختلف حسب معيار التصنيف فهناك عدة معايير تصنف على أساسها التغطية الإخبارية وهي كالآتي:

أولاً: أنواع التغطية الإخبارية من حيث اتجاه المضمون

1. التغطية المحايدة:

"وفيها يقدم الصحفي الحقائق فقط أي قصصاً إخبارية موضوعية خالية من العنصر الذاتي الشخصي والتحيز أي يعرض الحقائق الأساسية والمعلومات المتعلقة بالموضوع من دون تعميق أبعاد جديدة أو تقديم خلفيات أو تدخل بالرأي أو مزج الوقائع بوجهات النظر" (1).

2. التغطية التفسيرية:

وفيها يجمع الصحفي المعلومات المساعدة أو التفسيرية إلى جانب الحقائق الأساسية للقصص الإخبارية بهدف تفسير الخبر أو شرحه، وخدمة القراء الذين ليس لديهم وقت كاف للبحث بأنفسهم بشرط أن تكون هذه التغطية منصفة تقدم كل التفاصيل (2)، وعلى المحرر أيضاً تقديم المعلومات التي يحصل عليها وكتابتها بأسلوب متميز يلتزم فيه بوصف الجو العام المحيط بالحدث، ووصف المكان والأشخاص وذكر بعض المعلومات الجغرافية، التاريخية، الإحصائية، والسياسية عن البلد الذي وقع فيه الحدث وتحليل الأسباب والدوافع والنتائج والآثار المتوقعة المبنية على الجهد والدراسة والربط بين الوقائع والأحداث المشابهة وأنه عقد المقارنات بينها (3).

3. التغطية المتحيزة أو الملونة:

وفي هذه التغطية يركز الصحفي على جانب معين من الخبر وقد يحذف بعض الوقائع أو يبالغ في

(1) - ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين، فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، السحاب للنشر والتوزيع، ط1، 2004، ص50.

وأيضاً: محمد سلمان الحتو، المرجع السابق، ص187.

(2) - المرجع نفسه، ص188.

(3) - خالد العزي، أخلاقيات مهنة الإعلام بين السلوكية والمهنية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2018، عمان-الأردن، ص127.

بعضها أو يشوه بعض الوقائع، وقد يخلط وقائع الخبر برأيه الشخصي وهدف هذه التغطية هو تلوين أو تشويه الخبر⁽¹⁾.

ولقد رأت الباحثة أنه من الضرورة التوسع في هذا النوع من التغطية والذي يتماشى مع أهداف البحث، ولهذا سوف نتطرق إلى التحيز وأقسامه ودور المصادر في بناء التحيزات، حيث يقسم سلمان صالح التحيز الإعلامي إلى قسمين⁽²⁾:

1.3 التحيز المقصود: وينتج عن تأييد المؤسسة الإعلامية لأحد جانبي الصراع أو المناقشة ولذلك فأنها تعطي بشكل مقصود مساحة أكبر على صفحة الصحيفة التي تصدرها، أو وقتاً أطول من إرسالها في محطات الإذاعة وقنوات التلفزيون لهذا الجانب، أو أن تقوم المؤسسة الإعلامية بالتركيز على الأخبار السيئة عن أحد طرفي الصراع بهدف تشويه صورته.

2.3 التحيز غير المقصود: وينتج عن تبني وسائل الإعلام القيم الخيرية التي تطورت في الغرب، وهو ما يجعل هذه المؤسسات تركز على نشر وإذاعة أخبار دول النخبة، وهي الولايات المتحدة الأمريكية، وأوروبا الفرنسية بالإضافة إلى إسرائيل، كما تركز على نشر أخبار أفراد النخبة في المجتمع من الرأسماليين، كما أن هذه القيم الخيرية الغربية تجعل المؤسسات الإعلامية تركز على الأخبار السيئة خاصة عن الدول التي لا تنتمي للنخبة الدولية، وهي دول الجنوب كما أن هذا النوع من التحيز يمكن أن ينتج عن الاعتماد المكثف على مصادر الأخبار التي تنتمي إلى أحد جانبي الصراع، كما أنه ينتج أيضاً عن روتين المؤسسات الإعلامية⁽³⁾.

4. دور المصادر في بناء التحيزات:

إن الحاجة المتبادلة بين مصادر المعلومات والمندوبين الصحفيين دفعت الباحثين إلى تشبيه العلاقة القائمة بين الطرفين بعملية جر الحبل، فكل جانب منها يبحث عن سبل لسحب الآخر إلى دائرة اهتمامه، وتكون على وفق ذلك مصادر المعلومات تسعى إلى توجيه الأخبار بالطريقة التي تبرز ما تريده،

(1) - محمد سلمان الحتو، المرجع السابق، ص188.

(2) - سلمان صالح، وسائل الإعلام وإدارة الصراع العالمي، مكتبة الفلاح، ط1، الكويت، 2011، ص106.

(3) - سلمان صالح، المرجع نفسه، ص106.

وتخفي ما لا تريد لها أن يظهر، والصحافي يسعى بالمقابل إلى توجيه المصادر بغية الحصول على المعلومات التي تحقق لوسيلتها الاتصالية السبق الصحفي، وتخدم من خلالها متلقيها⁽¹⁾.

ويكون تأثير مصادر المعلومات بالمندوبين الصحفيين في جوانب أهمها⁽²⁾:

- أن المخبر يميل إلى أن ينقل للمؤسسة أخباراً ترضي مصادرة التي ستقدم إليه ثناء فوراً يمثل بالنسبة إليه جزءاً عاجلاً قد يكون أكثر أهمية من موقف الجمهور الصامت الذي لا يعرفه.

- يتأثر المخبر الصحفي الدائم في مكان معين بالمكان والأشخاص، وقد تنمو بينه وبين مصادره ألفة وتعاطف يصلان إلى حد الخلط بين تفهمه لمشاكل هذه المصادر، وولائه للمؤسسة الصحافية والجمهور، وهذا قد ينتج عنه مستقبلاً تغطية إخبارية غير موضوعية⁽³⁾.

- قيام مصادر المعلومات ذاتها بمحاولة السيطرة على وسيلة الإعلام واستعمالها لترويج أخبارها، عن طريق السيطرة على المخبر واقناعه بنقل الأخبار الإيجابية بالنسبة لمصادر المعلومات، ولتحقيق ذلك فإن مصادر المعلومات تقوم بتوزيع الهدايا والجوائز للمخبرين وتوجه الدعوات لحضور الاحتفالات وتحملها لنفقاتها، وقد يجعل قبول المخبرين الصحفيين لما يفرض عليهم مصادرهم الإخبارية تابعين لها...

إلا أن هذا لا يعني أن تسوء علاقات المخبرين بالمصادر، وإنما يجب أن تكون العلاقة بين الطرفين متوازنة وصولاً إلى تغطية إخبارية أكثر دقة.

ثانياً: أنواع التغطية من حيث توقيتات حدوثها

1. التغطية التمهيدية:

وهي التي تهتم بالحصول على التفاصيل والمعلومات المتعلقة بحدث متوقع، أي حدث لم يتم بعد ولكن هناك مؤشرات تشير إلى وقوعه، وأي تغطية صحفية ناجحة لحدث ما لابد أن تبدأ بمحاولة الوصول إلى المعلومات التي تجيب على الأسئلة الستة⁽⁴⁾.

(1) - صفد حمودي، الإعلام العراقي حرية التعبير والوصول إلى المعلومة، هيئة الإعلام والاتصال، ط1، بغداد، 2010، ص137.

(2) - المرجع نفسه، ص138.

(3) - المرجع نفسه، ص138.

(4) - ابراهيم ابراهيم، الخبر والمقال الصحفي، العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2009، ص76.

2. التغطية الإخبارية التقريرية (التسجيلية):

وهي التغطية التي تتم بعد وقوع الحدث فعلا، أي الوقائع التي حدثت وما النتائج التي ترتبت عليها، حيث يظهر فيها مدى الاتفاق بين ما كان متوقعا حدوثه وما حدث فعلا⁽¹⁾.

3. تغطية المتابعة:

وهي التغطية التي تتابع التطورات التي حدثت فعلا، وتعالج نتائج أو تطورات جديدة في أحداث ووقائع سابقة، وفي هذه الحالة لا بد من تذكير القارئ بالتطورات السابقة لربطه بالخبر القديم⁽²⁾.

أما فاروق أبو زيد فيقسم التغطية الإخبارية إلى قسمين فقط، وهي:

1. تغطية تسجيلية أو تقريرية:

وهي تلك التي تهتم بالحصول على التفاصيل والمعلومات الخاصة بحدث معين تم بالفعل مثل إعلان استقالة وزير، أو وقوع زلزال أو سقوط طائرة أو وصول زعيم أجنبي لزيارة البلاد⁽³⁾.

2. تغطية تمهيدية:

وهي التي تهتم بالحصول على التفاصيل المتعلقة بحدث متوقع، أي حدث لم يتم بعد، ولكن هناك مؤشرات تشير إلى حدوثه، فإن فوز حزب المعارضة بأغلبية الانتخابات تعني توقع سقوط الوزارة الحاكمة وتشكيل وزارة جديدة، وهنا يقصد بالتغطية التمهيدية محاولة الحصول على معلومات عن رئيس الوزراء القادم، وأهم المرشحين لتولي المناصب الوزارية الجديدة ثم مصير أعضاء الوزارة السابقة وغيرها من التفاصيل⁽⁴⁾.

(1) - ليلي عبد المجيد محمود علم الدين، مرجع سابق، ص 51.

(2) - محمد سلمان الحتو، مرجع سابق، ص 189.

(3) - فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 125، 126.

(4) - المرجع نفسه، ص 125، 126.

المطلب الثالث: مراحل التغطية الإخبارية

تمر التغطية الإخبارية للأحداث بمراحل متعددة قسمها كل من محمود علم الدين وليلى عبد المجيد إلى خمسة مراحل وهي كالاتي: ⁽¹⁾

- المرحلة الأولى: الفكرة أو المهمة الإخبارية: ويقوم المحرر الصحفي (المنسوب أو المراسل الصحفي) بتحديد الفكرة الإخبارية بنفسه وي طرحها على المحرر المسؤول أو مهمة إخبارية.

- المرحلة الثانية: التجهيز والاستعداد: ذلك من خلال جمع المعلومات وبيانات عنها ثم تحديدها وبلورتها بمعنى تحديد زوايا المعالجة الإخبارية أو المحاور التي سيركز عليها.

- المرحلة الثالثة: تحديد المصادر الإخبارية: وقد تكون المصادر المادية (الأرشيف، المكتبة، قواعد البيانات، الوثائق، السجلات والتقارير)، البشرية (الأشخاص أو المتأثرين بالحدث) .

- المرحلة الرابعة: تقويم الأخبار: وذلك بتقرير ما إذا كانت المعلومات التي حصل الصحفي تستحق النشر في صحيفة أو لا تستحق وإذا كانت تستحق فهل تنشر كما هي أم تحتاج للاستكمال؟

- المرحلة الخامسة: المراجعة والاستكمال: من خلال استكمال تفاصيل الخبر من المصادر الأولية البشرية أو المادية أو خلفيات الخبر من المصادر المادية ⁽²⁾ .

أما د محمد سلمان الحتو فقد قسم مراحل التغطية الإخبارية إلى أربعة مراحل وهي كالاتي: ⁽³⁾

المرحلة الأولى: الحصول على المادة الإخبارية (جمعها) يجب على الصحفيين أن يعرفوا أين يذهبون ليتحصلوا على الأخبار، فهم لا يستطيعون الجلوس في مكاتبهم والانتكال على الخدمة المكتبية لكي يمسكوا بأيديهم بالقصص الإخبارية، ويجب عليهم الذهاب إلى المصدر، وحرث الأرض إذا كان ذلك ضروريا ⁽⁴⁾ .

⁽¹⁾ - ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين، فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، السحاب للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2004، ص 51، 52، 56.

⁽²⁾ - المرجع نفسه، ص 51، 52، 56.

⁽³⁾ - محمد سلمان الحتو، مرجع سابق، ص 190.

⁽⁴⁾ - المرجع نفسه، ص 190.

ولا يجوز اختيار موضوع النص الصحفي من منطق ذاتي أو شخصي بل يجب أن يكون الاختيار حسب ما تفتضيه متطلبات الحياة الاجتماعية، أي بمعنى أن يكون موضوع النص الصحفي ملحا ومهما ويستجيب لمصالح جماهير القراء واهتماماتهم، ويدافع عن قضايا اليومية والحياتية⁽¹⁾.

-مصادر جمع المعلومات لأي صحيفة تنقسم إلى قسمين وهي:

1- المصادر الذاتية للصحيفة: وهي تلك المصادر التي تعتمد فيها الجريدة على هيئة تحريرها في الحصول على المادة الإخبارية مثل المندوب الصحفي والمراسل الصحفي.

2- المصادر الخارجية: وهي تلك التي تعتمد عليها الصحيفة من غير هيئة تحريرها مثل وكالات الأنباء والإذاعات المحلية والأجنبية والصحف، والمجلات المحلية والأجنبية والمؤتمرات والنشرات والوثائق، وغير ذلك من المصادر المماثلة⁽²⁾.

وسوف نتعرض لهذه المصادر بالتوسع وبالتفصيل في مطلب آخر من البحث.

المرحلة الثانية: تقويم المواد الإخبارية بعد الانتهاء من المرحلة الأولى والتي تم فيها جمع المادة الإخبارية، تأتي المرحلة الثانية من مراحل التغطية الإخبارية وهي مرحلة التقويم، وذلك لتقرير ما إذا كانت المعلومات التي حصل عليها الصحفي تستحق النشر في صحيفته أم لا، وإذا كانت تستحق النشر فهل تنشر كما هي أم أنها تحتاج إلى استكمال⁽³⁾.

ويتم ذلك من خلال عدة معايير وهي:

1. القيم الإخبارية: انتقاء ونشر المادة الإخبارية يتم في جميع الصحف ووسائل الإعلام في العالم طبقا لمعايير أطلق عليها القيم الإخبارية News Values، وتمثل هذه القيم جزء مهم من الأيديولوجية الغربية، ويتم استخدام هذه القيم أو المعايير في الحكم على صلاحية المادة الإخبارية للنشر بواسطة

(1) - زاهر زكار، مدخل إلى تقنيات الكتابة الصحفية، منشورات مركز الاشعاع القاري للدراسات والبحوث ط1، فلسطين، 2007، ص70.

(2) - انتصار أبو جهل، ورقة عمل بعنوان (دور المصادر في بناء التحيزات)، كلية الآداب قسم الصحافة والإعلام الجامعة الإسلامية، غزة، 2015، ص11.

(3) - محمد سلمان الختو، مرجع سابق، ص195.

- حراس البوابات، كما يتم استخدامها في الحكم على صلاحية تفاصيل معينة في الخبر للنشر⁽¹⁾.
- وكما اختلفت الآراء والمدارس الصحفية في تعريف الخبر اختلفت أيضا في تحديد القيم الإخبارية من حيث الأهمية والترتيب، إلا أن هناك إجماع على أن هذه القيم ضرورية لكي يستحق الخبر النشر. ويعرفها فاروق أبو زيد في كتابه فن الخبر الصحفي " على أنها مجموعة من الخصائص التي يتميز بها الخبر وهي خصائص أمكن حصرها -تاريخيا- من خلال ملاحظة الأخبار التي تنشرها الصحف والأخبار التي تذيعها محطات الراديو والتلفزيون"⁽²⁾.
- والقيم الإخبارية هي معايير للملاءمة ترشد المندوبين في اختياراتهم للقصص ذات الجدارة الإخبارية وطريقة بنائها، كما أن القيم الإخبارية تساعد على أداء العمل الصحفي بشكل منتظم فهي تحدد المواد التي ستنتقى وتنشر، وكيفية معالجتها وهو ما يسهل بالتالي على المندوب والصحيفة عمليات التعامل مع الأحداث وفرزها واختيارها ومعالجتها.
- ولقد طرح الباحث محمد سلمان الحتو ثلاث خطوات فرعية لعملية اختيار وانتقاء الأخبار⁽³⁾.
- العرض: ويعني عرض الصحفي لموضوعه.
 - المناقشة: وتعني تناول الفكرة من قبل الزملاء، والرؤساء بشكل فردي أو في إطار الاجتماعات اليومية.
 - البث: ويعني اكتمال الموقف بشأن المادة الإخبارية والحكم على صلاحيتها إذا كانت جديدة أو غير جديدة بالنشر.
- وحصر فاروق أبو زيد القيم الإخبارية أو عناصر الخبر كما أطلق عليها في أربعة عشر قيمة إخبارية وهي: الجدة أو الحالية، والفائدة، والتوقيت، والضخامة، والتشويق، والصراع، والمنافسة، والتوقع، والغربة، والشهرة، والاهتمامات الإنسانية، والأهمية، والإثارة⁽⁴⁾.

(1) - محمد سلمان الحتو، مرجع سابق، ص195.

(2) - فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص61.

(3) - محمد سلمان الحتو، المرجع السابق، ص196.

(4) - فاروق أبو زيد، المرجع السابق، ص65، 66.

ويقسم الدكتور محمود أدهم القيم الإخبارية إلى قيم ومعايير زمانية وتشمل: الجودة والأثر الزمني المستمر، ومعايير صحفية وفنية تشمل: الأهمية والقرب والتشويق، ومعايير إنسانية وتشمل: الشهرة، والعنصر الدرامي، والصراع والجنس، ومعايير أخلاقية وتشمل: الصدق، والدقة، والحياد، والموضوعية⁽¹⁾. ولقد أجمل الباحثان ليلي عبد المجيد ومحمود علم الدين هذه القيم في الأهمية والضخامة والفائدة الشخصية، الصراع، الشهرة، الاهتمامات الإنسانية، القرب المكاني أو النفسي، التوقيت، الغرابة أو الطرافة أو الشذوذ إلى جانب بعض السمات التي يجب توفرها في أي خبر، وهي الجودة، الموضوعية، الدقة والصحة، الإسناد إلى المصادر⁽²⁾.

2. السياسة الإخبارية:

السياسة التحريرية معيار مهم في تحديد مدى صلاحية المادة الإخبارية للنشر فإذا توافرت كل القيم الإخبارية في خبر ما ولكنه لم يتفق مع السياسة التحريرية للصحيفة فإنه بالتأكيد يكون غير قابل للنشر. ويعرف الباحث محمد سلمان الحتو السياسة التحريرية للجريدة "بأنها مجموعة من القواعد والمبادئ والخطوط العريضة التي تتحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يقدم بها المضمون الصحفي وتكون في الغالب غير مكتوبة بل مفهومة ضمناً من جانب أفراد الجهاز التحريري وتظهر في سلوكهم وممارستهم للعمل الصحفي اليومي، وهي تخضع لقدر من المرونة تختلف درجتها من صحيفة لأخرى⁽³⁾". وفي العادة يتم تقرير السياسة التحريرية عند تأسيس الجريدة، ثم يجري الحفاظ عليها أو تغييرها بمرور الزمن، نتيجة لتغير الظروف الاجتماعية والحياة السياسية التي تعد الصحيفة جزء منها. وتنتهي عملية تقويم المادة الإخبارية بأن تطلق عليها حكماً من الأحكام الآتية:

-المادة الإخبارية صالحة للنشر بشكلها الحالي.

- المادة الإخبارية غير صالحة للنشر.

(1) - محمد سلمان الحتو، مرجع سابق، ص196.

(2) - ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين، مرجع سابق، ص 57.

(3) - محمد سلمان الحتو، المرجع السابق، ص197.

- المادة الإخبارية صالحة للنشر ولكن بعد استكمالها⁽¹⁾.

وترى الباحثة أن القيم الإخبارية التي تتبناها المؤسسة الإعلامية والتي تتغير وتتجدد حسب الأوضاع والظروف، وأيديولوجية القائم بالاتصال، وكذا سياسة المؤسسة الإعلامية يحددان ما إذا كانت المادة الإخبارية صالحة للنشر أم لا وهما أساس مرحلة التقويم.

المرحلة الثالثة: تحرير المادة الإخبارية يقصد بتحرير المادة الإخبارية بوجه خاص صياغتها في شكل قالب صحفي مناسب لصحيفة كوسيلة اتصال مطبوعة لها عدة سمات منها السرعة والمساحة المحدودة، والوظيفة أي التعبير عن مناحي الحياة المختلفة، وأنها الصلة بين القارئ العادي والمتخصص، ويقوم على العملية التحريرية محررون متمرسون داخل المؤسسة الصحفية وهم مسؤولون عن اختيار واعداد المادة الإخبارية للنشر فالححر معني بصفة مبدئية بالمحتوى بشكل عام، وهو يتحمل مسؤولية مساعدة المراسلين الإقليميين والصحفيين داخل الصحيفة في الصياغة، وجعل المادة الصحفية أكثر إمكانية للنشر⁽²⁾.

وتكون الكتابة الجيدة للخبر في الراديو والتلفزيون نتيجة منطقية لعدة عوامل أهمها التغطية الجيدة، والكتابة الإخبارية الجيدة، ولكن الكتابة الجيدة لا تستطيع صياغة خبر جيد إذا كانت المعلومات قليلة والملاحظات سطحية والتفسيرات غير ذات دلالة للموضوع أو معنى للجمهور، في الوقت نفسه الكتابة السيئة تدمر التغطية الجيدة بمعنى أن المحرر يمكن أن تتوفر لديه المعلومات الكافية والملاحظات العميقة والدقيقة والتفسيرات ذات الدلالة للموضوع والجمهور، ولكن الصياغة أو كتابة الخبر تكون سيئة وبالتالي لا تكون هناك قصة إخبارية جيدة أي أن الكتابة الإخبارية السيئة أفسدت التغطية الإخبارية الجيدة⁽³⁾.

المرحلة الرابعة: مراجعة المادة الإخبارية بعد كتابة المادة الإخبارية وقبل طبعها يمر النص المكتوب على أشخاص كثيرين، وقد يعيد المحرر المراجع صياغة الرواية الخبرية لأنها قد لا تلائم أسلوب

(1) - محمد سلمان الحتو، المرجع السابق، ص 197.

(2) - المرجع نفسه، ص 198.

(3) - بركات عبد العزيز، المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص 147.

الصحيفة⁽¹⁾. وللراجع أن يحذف كل رأي مقحم في المادة الإخبارية حفاظا على الموضوعية الإعلامية⁽²⁾ كما يراجع جميع القصص الإخبارية ليطمئن إلى وفائها بالقصد، فإذا اتضح أن المندوب حذف بعض من الحقائق الجوهرية عاد المراجع إلى الخبر نفسه المكتوب ليضيف إليه تلك الحقائق المهمة⁽³⁾.

وتعتبر هذه المرحلة مهمة جدا في مراحل التغطية الإخبارية لأنها تغير الحلقات الأخيرة في سلسلة التغطية الإخبارية ككل، وهي تخرج العمل في صورة صورته النهائية.

يؤكد الدكتور بركات عبد العزيز على الدقة في المراجعة النهائية "من المعروف أن أخطاء عدم الدقة يمكن رصدها بسهولة إذا حدثت في الصحافة المكتوبة، ويمكن استخدام الخبر المنشور في الصحيفة كدليل إدانة أما الراديو والتلفزيون فإن رصد هذه الأخطاء يصبح عملية صعبة، وإن كان اكتشافها يحدث ردود فعل واسعة النطاق إذا تعلق الأمر بشخصيات مهمة أو قضايا ذات حساسية"⁽⁴⁾.

وبسبب التعقيد الذي أصبح يميز مهنة الصحافة والأهمية المتزايدة لما يقدمه القائم بالاتصال للمراجع من خدمات برزت قضية الأخطاء الصحفية أكثر وأكثر، وربما ساهمت التكنولوجيا الحديثة في تعظيم فائدة العمل الصحفي غير أنها أسهمت في تضخيم الأثر السلبي للأخطاء التي قد يرتكبها الصحفيون أما عن عمد أو بسبب نقص المهارات والتأهيل المهني.

ويرى الباحث منير سليم أبو راس⁽⁵⁾ أن هناك ثلاث فئات رئيسية لأخطاء القائم بالاتصال

وهي:

- أخطاء معلوماتية: بسبب عدم تحري الدقة، أو بسبب ورود معلومات خاطئة من مصادرها بشكل متعمد.

- أخطاء مهنية: تتعلق بعدم التوازن في الطرح أو الانحياز لمصالح فتوية أو تجارية.

(1) - محمد سلمان الحتو، مرجع سابق، ص204.

(2) - المرجع نفسه، ص204.

(3) - المرجع نفسه، ص205.

(4) - بركات عبد العزيز، المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص161.

(5) - منير سليم مسعود أبو راس، ورقة عمل بعنوان القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية، الجامعة الإسلامية غزة كلية الآداب قسم الصحافة والإعلام الدراسات العليا، 2011، ص14.

Site.ingaza.edu.ps/mRAS/researches تاريخ الدخول جانفي 2020.

- أخطاء سياسية: تتعلق بالانحياز المتعمد لمواقف سياسية معينة تعتبر جزءاً من هوية المؤسسة الإعلامية.

وبصفة عامة يجب التصحيح الفوري لأخطاء مع التنويه عن سبب الخطأ، فعلى الرغم من التأكيد على حق الصحافي في حرية التعبير، فإن هذا الحق يرتب مسؤولية أخلاقية عما قد يسبب له الخطأ من تداعيات⁽¹⁾.

ومن المعروف أن بعض الصحف الكبرى تفرد مساحة خاصة من عدد اليوم التالي لتصحيح أخطاء العدد السابق، كما أن مؤسسات إعلامية كبرى اعتذرت عن أخطاء ارتكبتها بحسن نية أو أخرى ارتكبتها صحافيون يعملون لديها، وقامت بمعاقبتهم إدارياً على ما ارتكبه من أخطاء⁽²⁾.

أما الباحث الكردستاني بهات حسيب قدرهاني فيؤكد على أنه في السابق كانت العملية تمر على ثلاث مراحل: مرحلة جمع المعلومات ثم مرحلة كتابة الأخبار من قبل المراسل والمرحلة الثالثة أي تحريرها بعد مراجعتها من قبل المحرر المسؤول). (the editor الذي كان يجلس في غرفة الأخبار.

أما الآن وفي ظل التطور التكنولوجي الحالي والمنافسة على السبق الصحفي والوصول إلى المشاهد قبل الآخرين فإن المراسل هو من يجمع ويكتب ويحرر في آن واحد ويرسل تقريره من موقع الحدث بالصوت والصورة جاهزاً لا يحتاج إلى عملية المراجعة أو إعادة الصياغة بالحذف أو الإضافة أو بتغيير الأسلوب أو البناء الفني للنص إلا في الحالات التي تقرر فيها القناة عدم بث التقرير مباشرة، والتريث لحين مراجعته من قبل حراس البوابة من داخل المؤسسة. أما في الحالات العادية فالمرحلة الثلاث تندمج معاً في عمل واحد يقوم به المراسل من موقع الحدث.⁽³⁾

(1) - منير أبو راس، مرجع سابق، ص14.

(2) - المرجع نفسه، ص14.

(3) - بهات حسيب قدرهاني، المراسل التلفزيوني والعوامل المؤثرة في إنتاج المادة الخبرية، المديرية العامة للمكتبات العامة في إقليم كردستان، 2008، ص64، 65.

من موقع: <https://www.academia.edu/39172945>. تاريخ الدخول: 2019.

المطلب الرابع: أشكال التغطية الإخبارية

مع وجود العديد من الأشكال والقوالب التي تعمل في إطارها برامج إخبارية تلفزيونية، فكلها تهدف وبطرق مختلفة ومتنوعة إلى تحقيق تقديم الأخبار أو تحليل وتفسير الأخبار، وأهم هذه الأشكال هي:

أولاً: النشرة الإخبارية، تعريفها، أنواعها، ومعايير ترتيبها:

1. تعريف النشرة الإخبارية:

يشتمل المصطلح على لفظين هما نشرة وأخبار.

1.1 النشرة: جمع نشرات: نشرة "ورقة كتب فيها شيء ونُشرت بين الناس"⁽¹⁾، ويقال نشرة أسبوعية ونشرة شهرية"⁽²⁾ والنشرة بيان ينشر ليعلم ما فيه.

ومنه النشرة: عبارة عن مطبوعة غير دورية يقل عدد صفحاتها عن الخمس، ولا يزيد عن ثمان وأربعين صفحة تسلم للأفراد باليد أو البريد.. والنشرة الموجهة للجرائد والمجلات ووكالات الأنباء، وغيرها من وسائل النشر، تحتوي على أخبار ومعلومات توضح الخطوات التي أدت إلى اتخاذ قرارات أو خطة سياسية معينة⁽³⁾.

2.1 الأخبار: لغة: أمّا الأخبار وأخبار جمع خبر: تعني ما ينقل ويتحدث به، كان في خبر كان "أي صار من الأمور الماضية ولم يعد له وجود، سألته عن أخباره واستعلم عن أحواله"⁽⁴⁾.

والخبر هو لفظ مجرد من العوامل اللفظية مستندا إلى ما تقدمه لفظا وقيل الخبر ما يصح السكوت عنه وهو الكلام المحتمل الصدق أو الكذب⁽⁵⁾ ونشرة الأخبار من نشر أو انتشر الخبر "انداع" ونشرت الخبر، انتشره وأنشره أي اذاعته"⁽⁶⁾.

(1) - لويس معلوف، المنجد في اللغة والإعلام، دار الشروق، ط2، بيروت، 1996، ص808.

(2) - المعجم الأبجدي، دار الشروق ط2، بيروت، ص1067.

(3) - خضير شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار لسان الوحي، الجزائر، 2001، ص174.

(4) - المعجم الأبجدي، المرجع السابق، ص398.

(5) - الشريف علي بن محمد الجرجاني، كتاب التعريفات، دار الكتب العلمية، بيروت، ص93.

(6) - يوسف محمد رضا، الكامل الوسيط - قاموس عربي-فرنسي، مكتبة لبنان، ناشرون، 2004، ص483.

3.1 تعريف النشرة الإخبارية: "وتعد من أول أشكال البرامج الإخبارية فأولوياتها ترجع إلى أنها تمد الجمهور يوميا ولعدة مرات بأهم الأحداث الجارية" ⁽¹⁾، "وهي شكل من أشكال تقديم المواد الإخبارية في أوقات محددة من خلال الإذاعة والتلفزيون، وتتضمن القصص الخبرية وبعض الأخبار القصيرة وتقارير المندوبين المراسلين في الداخل والخارج والتصاريح التي يحصلون عليها، حيث يستدعي الأمر الاستشهاد بمصادر الأخبار لمزيد من الواقعية ويحتاج تنفيذ نشرات الأخبار إلى جهد جماعي يستهدف في المقام الأول تقديم خدمة إخبارية تحظى باهتمام المستمع وربطه بكل ما يدور في حوله محليا وإسلاميا وعالميا، ويعتبر الخبر العمود الفقري لكل النشرات الإذاعية والتلفزيونية ومن دونه لا يوجد اللقاء الخبري أو التحليل الخبري أو غيرها، لهذا يتم تلخيص الأحداث الهامة ومتابعتها ثم إعدادها وتقديمها في أوقات محدودة ومعروفة للمستمعين أو المشاهدين بأسلوب شيق وممتع وفي أشكال خالية من التعقيد" ⁽²⁾.

ويُعرف أحمد بدوي النشرة الإخبارية هي "نشرة تتضمن الأخبار المختلفة وتقوم بإصدارها وكالات الأنباء وكذا محطات التلفزيون والراديو" ⁽³⁾، كما يعرفها كرم شلي "النشرة الإخبارية تلك البرامج التي تهدف إلى الأخبار عما يحدث الآن على مستوى المجتمع المحلي وعلى مستوى الوطن وعلى مستوى العالم" ⁽⁴⁾.

وتُعرف الباحثة مارلين كلوب جولي "أن نشرة الأخبار التلفزيونية وهي الجريدة المصورة أو الأخبار أو الثامنة، اسماء لبرنامج إخباري يهتم بما يقع في العالم من مجريات وأحداث، وتعد أهم موعد إخباري على مدار الأربع والعشرين ساعة وتذاع مساءً آخر النهار" ⁽⁵⁾.

وتتكون نشرة أخبار التلفزيون من مجموعة من القصص الإخبارية News Story التي أضحت الشكل السائد للخدمات الإخبارية المصورة يتخللها مجموعة من الأخبار القصيرة والمتفرقة والتي يتم

(1) - عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، ج2، مكتبة الأنجلو المصرية، ط2 القاهرة، 1987، ص20.

(2) - خضير شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص174-175.

(3) - أحمد بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، ط1، لقاهرة، 2019، ص86.

(4) - كرم شلي، الخبر الإذاعي، دار الشروق، جدة، ص61.

(5) - محمد شطاح، النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري، دكتوراه علم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2003-

2004، ص16. نقلا عن: Morlin-colmb Gully OP, p14.

ترتيبها بشكل متسلسل، ويعتبر تنسيق الأخبار وترتيبها داخل نشرة أخبار التلفزيون بمثابة المفتاح الذي يكسبها فعالية وأهمية فائقة، وللنشرة الإخبارية إيقاع وأسلوب وشخصية خاصة⁽¹⁾.

ويؤكد كرم شلبي "أما الأخبار التي تتضمنها النشرة فأنها تخضع لعامل الترتيب والوقت الزمني المخصص لكل خبر في أشكال مختلفة داخل النشرة الواحدة فيقدم الخبر مقروءًا بصوت المذيع أو بواسطة تقرير مراسل أو مقابلة إخبارية سريعة تتضمن تصريحات لأحد المسؤولين⁽²⁾.

ومن جهة أخرى يشترط من نشرة الأخبار أن تنوع أخبارها أي لا تكون مقتصرة على وتيرة واحدة من الأهمية في الموضوعات الخبرية، وأيضاً ضرورة التنوع في الحيز الزمني الذي تمثله هذه الأخبار على اختلافها⁽³⁾.

كما تعد نشرات الأخبار عاملاً مهماً في نشر الأفكار والمعلومات الحديثة حول العديد من الأحداث الراهنة خاصة مع اكتساب التلفزيون لخصائص الدقة والتكنولوجيا الرقمية كما أنه لم يسبق لأي وسيلة جماهيرية أن أثبتت مقدرة فائقة في حصد هذا الكم الهائل من الجماهير والاهتمام، وهذا يعود إلى التطور والسرعة في التغطية الإخبارية التلفزيونية.

2. أنواع النشرات الإخبارية في التلفزيون: ان نشرات الأخبار التلفزيونية تحتاج إلى تظافر العديد من الجهود من تغطية وإعداد وإنتاج وتنفيذ هذا الجهد الجماعي يسعى بالدرجة الأولى إلى تقديم خدمة إخبارية تحظى باهتمام المشاهد وتغطي أغلب انشغالاته على شكل نشرات واضحة وخالية من التعقيد، وتأخذ العديد من الأنماط نذكر منها:

1.2. النشرة العامة: وهي النشرة الرئيسية الموجهة إلى جميع أفراد وفئات المجتمع تتضمن أهم الأحداث الوطنية والعالمية بشيء من التوازن، تأخذ عادة توقيت البرامج المسائية من الثامنة إلى الثامنة والنصف.

(1) - محمود معوض، فنون العمل التلفزيوني، دار الغار الفكر العربي، ط1، 1986، ص145.

(2) - كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، دار الشروق، 1987، جدة، ص125.

(3) - يوسف مرزوق، التغطية الإخبارية في الإذاعة الصوتية، دار المعرفة الجامعية - سلسلة بحوث ودراسات إعلامية، الإسكندرية، ص80.

2.2 النشرة المحلية: تركز على الأخبار المحلية الداخلية أي أهم الأحداث المحلية التي تدخل في محليات الوطن⁽¹⁾.

3.2 النشرات المتخصصة: والتي تضم نوعاً واحداً من الأخبار كالاقتصاد والرياضة أو الثقافة والمجتمع والأحوال الجوية والصحة والقانون والمعلوماتية والبيئة وغيرها من النشرات المتخصصة⁽²⁾.

4.2 نشرات الفئات: وتوجه لشرائح أو فئات اجتماعية محددة لتقدم لهم الأحداث والوقائع التي تهمهم في حياتهم اليومية كالأطفال أو المعوقين، الطلبة، الفلاحين.

5.2 موجز الأخبار: هو عبارة عن نشرة مصغرة تتميز بالإيجاز وترك التفاصيل لإذاعتها في النشرات العامة. وهو "مجموعة مختصرة من الأخبار تقدم عدة مرات على مدار فترة الإرسال في توقيت ثابت ويركز عادة على أهم الأحداث وآخرها، وبذلك فإن تحرير الأخبار الموجزة ينبغي أن يكون بمثابة (عناوين) للأخبار المهمة والرئيسية التي سبق تقديمها، فضلاً عما يكون قد ورد من أخبار جديدة على أن تقدم هي الأخرى بإيجاز شديد"⁽³⁾.

6.2 مجلة الأخبار: عرض للأخبار التلفزيونية يعاد فيه محتواها مع تطعيمه بمادة جديدة في بعض الأحيان.

7.2 معرض الصحافة: وهو عرض أخباري تلفزيوني لمختلف الأخبار التي تتناولها الصحف العالمية في ذلك اليوم، مع التركيز على أهم العناوين التي تناولتها الصحف بأسلوب مختصر وموجز مع التعليق على كل خبر بأسلوب الصحفي⁽⁴⁾.

3. معايير ترتيب النشرة الإخبارية التلفزيونية

يمثل ترتيب النشرة الإخبارية التلفزيونية لحظة مهمة من اللحظات التي تسعى القنوات الإخبارية

(1) - محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة، انتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية دروس نظرية وتطبيقات، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان-الأردن، 2013، ص22.

(2) - المرجع نفسه، ص22.

(3) - كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص127.

(4) - محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة، المرجع السابق، ص23.

إلى العناية بها عناية تامة لأنها ليست مجرد خليط من الأخبار ووضعها في برنامج معين بل بناءً في عضوي له كيان متكامل ابتداء من أول خبر إلى نهاية النشرة، فتخطيط النشرة الإخبارية التلفزيونية يجب أن يبلغ الذروة في الإعداد ولكل موضوعاتها، ذلك أن عملية الإعداد والإخراج والتناسق عملية معقدة تطلب ترتيب الموضوعات الإخبارية على وفق (أهميتها، نوعها الصحفي، طرق التقديم والايقاع) بحيث يضمن إيجاد ايقاع متميز وعام للنشرة كلها⁽¹⁾.

ويشير الباحث عبد العزيز الغنام إلى أن هناك معايير خاصة ترتبط بترتيب الأخبار في بعض المحطات التلفزيونية⁽²⁾.

1.3. المعيار السياسي: وتأتي على وفق هذا المعيار الأخبار الخاصة برؤساء الحكومات وأخبار النشاط الوزاري والشخصيات السياسية الوطنية وهي تمثل مقدمة النشرة عادة.

2.3. المعيار الزمني والمكاني: تمثل الأخبار الجديدة أهمية خاصة من وجهة نظر المحررين فتقدم على غيرها من الأخبار الوطنية تليها الإقليمية ثم العالمية بشكل متسلسل.

3.3. المعيار الاجتماعي: وانطلاقاً من هذا المعيار فإن عملية ترتيب الأخبار تخضع لعوامل تأخذ بعين الاعتبار الوضع النفسي للمتلقي والفئات الإخبارية التي تبحث عن كل شرائح المجتمع بما يضمن جذب اهتمامهم وعدم ارهاقهم، وتمثل عملية ترتيب الأخبار بناءً عضويًا متكاملًا يهدف إلى شد انتباه الناس وتشجيعهم على متابعة النشرة حتى نهايتها وتوفير أجواء مريحة في أثناء عملية المشاهدة في كل مراحل العرض الإخباري⁽³⁾.

وترى الباحثة أن هناك معايير أخرى تدخل في ترتيب الأخبار في النشرة الإخبارية للقنوات الإخبارية كسياسية المؤسسة الإعلامية، وهي تحدد درجة أهمية القصص الإخبارية بالإضافة إلى الأخبار التي يتوفر فيها أكبر عدد من القيم الإخبارية كالأنية والجدّة والصراع، فتجعلها دائماً في بداية النشرة الإخبارية حتى تحقق جذب أكبر قدر ممكن من المشاهدين.

(1) - محمد عوض، مدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، مرجع سابق، ص 170.

(2) - عبد العزيز الغنام، مدخل إلى علم الصحافة، ج 3، مكتبة الأنجلو المصرية، ط 2، القاهرة، 1977، ص 113.

(3) - طالب عبد المجيد علاوي، د حميد أحمد علو، مرجع سابق، ص 60، 61.

ثانيا: الخبر التلفزيوني:

1. تعريفه: يعد الخبر التلفزيوني أساس العمل الإخباري في التلفزيون، وفي ضوء أدبيات الاتصال الحديثة فإن مفهوم الخبر مازال محل الجدل، ففي دراسة موسوعية للدكتور محمود أدهم أبرز المنظرين في مجال الاتصال ثم رصد مائة محاولة لتعريف "الخبر" ومن وجهة نظر ناقدة ثم تصنيف تلك التعريفات إلى مجموعات بعضها يقرر صراحة من الصعوبة بما كان وضع تعريف واضح ومحدد للخبر، والبعض الآخر من التعريفات جاء بسيطا غير متكامل ولا يلمح إلى كل ما في الخبر من عناصر ودعائم وأركان، والبعض الثالث من التعريفات نظر إلى الخبر على أساس الفائدة التي يحققها للوسيلة وللجمهور، أما المجموعة الرابعة من التعريفات فهي تعبر عن اتجاه ينظر إلى الخبر على أساس وظيفته الإعلامية باعتباره أساس المادة الإخبارية جميعها، بينما جاءت المجموعة الخامسة من التعريفات التي استطاعت أن تصل إلى عدد لا بأس به من عناصر الخبر وأركانه ودعائمه، ولكن في المقابل وجدت الدراسة المذكورة مجموعة أخرى من التعريفات غامضة أو غير مباشرة وبعيدة عن أركان الخبر ودعائمه وخصائصه ووظائفه، هذه الاختلافات في تعريف "الخبر" لا تفسر بعامل واحد مثلما يذكر الدكتور بركات عبد العزيز ويفسرهما بعدة عوامل تتمثل في: ⁽¹⁾

- اختلاف في الخبرة العلمية والحياة المهنية لهؤلاء الذين حاولوا تعريف الخبر، فهناك الأكاديميون وهناك الممارسون، وهناك من يجمعون بين التخصص الأكاديمي والممارسة المهنية، وكل منهم يتأثر بمجال عمله وخبرته المهنية.
- الاختلاف في الفكر والثقافة والاتجاهات والميول والتجارب الشخصية لهؤلاء الذين وضعوا تعريفات الخبر إذ من الطبيعي أن ينعكس هذا الاختلاف على رؤيتهم لمفهوم الخبر ومحاولة تعريفه.
- اختلاف النظرة إلى دعائم وأركان الخبر فهناك من يرى أن دعائم الخبر تتمثل في الجدة والحدثية، وهناك من يركز على الغرابة والطرافة، وهناك من يركز على الاهتمامات الإنسانية، وهناك من حاول التركيز على القيم الإخبارية.

⁽¹⁾ - بركات عبد العزيز، المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص22.

- إن بعض الذين حاولوا تعريف الخبر تقيّدوا بما يجب أن يكون عليه "تعريف المفاهيم عموماً" خاصة فيما يتعلق بأن يكون التعريف في جملة أو عبارة قصيرة موجزة فجاءت تعاريف هؤلاء للمفهوم الخبر مختصرة اختصاراً مخلاً لا يعكس الدقة والشمول في معنى الخبر، مقابل ذلك نجد بعض الذين حاولوا تعريف الخبر لم يلتزموا بما يجب أن يكون عليه "تعريف المفاهيم عموماً" من حيث خصائص الدقة والايجاز وجاء تعريفهم للخبر مفتقداً هذه الخصائص، ولا تنطبق عليه صفات التعريف⁽¹⁾.

والخبر في التلفزيون يختلف عن الخبر في الإذاعة، وفي الصحافة المكتوبة رغم أن جميعها تشترك في مفهوم كون "الخبر الوصف الدقيق والصادق لحادثة أو واقعة لمجموعة من الحوادث أو فكرة صحيحة ترتبط بمصالح الناس وتثير اهتمامهم"⁽²⁾.

وقد اجتهد العديد من المختصين والباحثين لصياغة مفهوم الخبر التلفزيوني اشترك معظمها في المزج بين خاصتي الصوت والصورة.

حيث عرف الباحث محمد عوض⁽³⁾ الخبر التلفزيوني أنه "تقديم معلومات وتفاصيل عن حدث ما بواسطة الصورة والصوت وإذا لم تتوفر المادة المصورة هناك وسائل إيضاح يمكن الاستعانة بها حيث يتكون من اللقطات المصورة الواحدة تلو الأخرى، تخرج بتعليق صوتي، فهو خبر مصور في موقع الحدث وتتولى أطقم التصوير الإخبارية (المصور، المندوب، مسجل الصوت، موزع الإضاءة) نقله أو تسجيله على أفلام وشرائط"⁽⁴⁾.

ويقول الباحث عبد الستار جواد "أن الخبر للتلفزيون هو صورة الخبر ومهمته أن يجعل المشاهدين يرون الحدث أي أن كاتب الخبر التلفزيوني يدع الصورة تصف الحدث للمشاهدين، فالصورة تؤدي مهمة كبيرة في إيضاح الفكرة الأساسية للموضوع، والخبر التلفزيوني وحدة متماسكة وبناءً متجانس الأجزاء له استهلال ومتن وخاتمة وهذا البناء يتطور من الذروة التي تكون عند الاستهلال إلى الأسباب ثم الآثار"⁽⁵⁾.

(1) - المرجع السابق، ص 23.

(2) - خضير شعبان، مصطلحات الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر، 2001، ص 86.

(3) - محمد عوض، عبد العزيز بركات، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، 1992، ص 70.

(4) - محمد عوض، المرجع نفسه، ص 71.

(5) - جواد عبد الستار، فن كتابة الأخبار، دار مجلاوي للنشر ط 2، الأردن، 2001، ص 206.

لقد ساعدت التطورات التكنولوجية على تطور الخدمة الإخبارية في التلفزيون كما ساعد البث المباشر بواسطة الأقمار الصناعية على إعطاء أبعاد جديدة للخدمة الإخبارية مما أدى إلى إعادة النظر في مفهوم الخبر "من شيء حدث إلى شيء يحدث في نفس اللحظة أو حدث تشاهده وهو يقع" (1).

وترى الباحثة أن هناك العشرات من التعاريف للخبر، وهذا الاختلاف يرجع إلى الخبرة العلمية والمهنية والفكر والثقافة والخلفية الأيديولوجية والمدارس الصحفية، والنظم السياسية والاقتصادية، وبحسب المصالح والفائدة من الخبر والإعلام عموماً.

2. وظائف الخبر التلفزيوني:

هناك مجموعة من الوظائف التي تعمل المؤسسات الإعلامية على إيصالها إلى الجمهور من خلال تغطيتها للأحداث العالمية، إن سريان الأخبار يوفر إنذارات سريعة عن التهديدات والأخطار التي تقع خارج المجتمع والأخطار الناتجة عن التغيرات التي تطرأ على الظروف الطبيعية أو الأخطار التي تترتب عن الهجوم المسلح (2)، إشباع حاجات الجماهير المعرفية العامة والخاصة (3).

وتعد الأخبار التلفزيونية اليوم من أهم العوامل المؤثرة في السياسة والاقتصاد والتجارة والصناعة فضلاً عن الآثار النفسية والاجتماعية للأفراد والأمم والشعوب، وذلك مما يتمتع به من صور متحركة مصحوبة بأصوات الأحداث وألوانها (4).

ويؤكد الباحث محمد معوض وعبد العزيز بركات على أن الأخبار التلفزيونية قد تؤدي إلى انتشار نوع من اللامبالاة والسلبية وعدم مساهمة الجماهير في الشؤون العامة، كما قد تؤدي إلى تعليم أساليب السلوك المعادي للمنحرفين في المجتمع، كما قد تهدد كيان المجتمع وتزيد من قلق الجماهير، وتوترهم وذلك للتكرار المستمر لحمالات الأخبار التحذيرية، كما قد يكون من النتائج المستهدفة لنشر الأخبار التي لا تخضع للرقابة اضعاف ثقافة المجتمع قد تؤدي إلى نوع من الغزو الثقافي (5).

(1) - شريف سامي، القنوات التلفزيونية المتخصصة رؤية نقدية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 5، القاهرة، 1999، ص 165.

(2) - محمد معوض، بركات عبد العزيز، مرجع سابق، ص 212.

(3) - المرجع نفسه، ص 213.

(4) - محمد معوض، الخبر التلفزيوني من المصدر إلى الشاشة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987، ص 185.

(5) - محمد معوض، بركات عبد العزيز، مرجع سابق، ص 64.

وعموما فإن الوظيفة الأساسية للأخبار التلفزيونية هي تقديم معلومات عن قضايا متنوعة تهم الجمهور في السياسية والاقتصادية والرياضية وغيرها ما دامت تتعلق باهتمامهم وتعود بالفائدة عليهم.

3. خصائص الخبر التلفزيوني:

يتميز الخبر التلفزيوني بخصائص تجعل منه مادة إعلامية تتطلب بذل جهود كبيرة مقارنة مع الخبر في الصحف المكتوبة والإذاعة ومن أهم خصائصه ما يأتي:

1.3. الصورة المتحركة: يهتم العاملون في التلفزيون بالحركة التي تتضمنها اللقطات والصور أكثر من اهتمامهم بالمضمون والمعلومات، فالتلفزيون يعتمد أساسا على الصورة المرئية، والتي لها أهميتها وفعاليتها في جذب انتباه المشاهد بتأثيرها على عواطفه فهي من أحسن الوسائل إقناعا، كما أن البصر أو الرؤية من أهم الحواس استخداما في اكتساب المعلومات، فالصورة المتحركة الحية أكثر تأثيرا من الكلمة المكتوبة أو المسموعة، كما أن الألوان تساعد المشاهد على استيعاب المعلومات⁽¹⁾.

2.3. تطابق الصوت والصورة: إذ ما يميز المادة الإخبارية في التلفزيون أنها تجمع بين الصورة والصوت "فهم مضمون المادة الإعلامية يتوقف على التكامل والتطابق بين مضمون النص والمادة المصورة وهي في مجموعها تعتبر لغة اتصالية يمكن أن تكون رموزا وأصواتا وإشارات أو صورا وألوانا أو خطوطا وأشكالا وألفاظا ومقاطع صوتية وعبارات"⁽²⁾.

3.3. الفورية: تعتبر من أهم المميزات للخبر التلفزيوني حيث تزيد من واقعية الخبر وقوة تأثيره وهي ما يميزه عن باقي وسائل الإعلام الأخرى، والتلفزيوني يقدم مادة إخبارية من مكان وقوع الحدث في نفس الوقت زمن وقوعه في مشاهد متكاملة⁽³⁾.

فالخبر التلفزيوني ينقل الصورة مميزة هامة ويتضح دوره كوسيلة في نقله للأحداث ذات الأهمية الخاصة كصور الحرب والصراعات وكذا زيارات الرؤساء وغيرها من الأحداث على الهواء مباشرة، مما

(1) - محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986، ص10.

(2) - محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة، مرجع سابق، ص12.

(3) - زهرة بوجحفوف، صناعة الأخبار التلفزيونية، دار أسامة، ط1، عمان-الأردن، 2018، ص125.

يجعله عين المشاهد الذي تحول ظروفه دون التوجه إلى مكان الحدث الذي يرغب مشاهدته⁽¹⁾.

4.3. أهمية موعد البث: يعتبر موعد البث عاملا أساسيا في تحديد أسلوب العرض ويلعب دورا فعالا في تحقيق عملية توازن الخبر التلفزيوني فقد تكون النشرات الإخبارية في المساء ناجحة وفاشلة في الظهيرة لسبب بسيط وهو أن مشاهدي نشرة أخبار الظهيرة يختلفون عن مشاهدي المساء في التكوين والاهتمامات والأذواق، لذلك لا بد أن يتلاءم الأسلوب والمضمون مع الخصائص المختلفة لجمهور المشاهدين في ساعات البث اليومي المختلفة⁽²⁾.

5.3. التقيد بالوقت: إن الوقت المخصص لجريدة إخبارية في التلفزيون محدد ولا يجب تجاوز هذه المساحة الزمنية بأكثر من دقيقتين مهما كان الأمر بل إن هناك محطات تلفزيونية لا تسمح بثانية واحدة، ونتيجة لقيد الوقت هذا فإن منتجي أخبار التلفزيون يضطرون إلى الاختيار المدقق للأخبار التي تتضمنها عروضهم والتي تكون بأسلوب موجز موجه إلى لب الأمر المباشر⁽³⁾.

ويؤكد محمد معوض على أن أخبار التلفزيون تجذب من المشاهدين ما يتناسب مع كمية الوقت المتاح لها على الهواء، وبلغت أخبار التلفزيون مرحلة النضوج واحتلت مواعيد أفضل كما ازداد حجمها⁽⁴⁾.

6.3. الأسلوب: يعتبر التلفزيون وسيلة إعلامية مصورة تعتمد في بث برامجها على الصوت والصورة هذان العنصران مكنّاها من التميز عن الوسائل الإعلامية الأخرى كما أنها تميزت عنها من خلال أسلوب عرض أخبارها.

فالكتابة للتلفزيون يجب أن تكون للعين والأذن، فالصورة تخاطب العاطفة والكلمات تجتذب العقل وفي هذا التطابق نجاح محرري أخبار التلفزيون.

كما أن المادة الإخبارية التلفزيونية تخاطب كل فئات المجتمع المتباينة لهذا يركز المختصون على ضرورة أن تكون لغة الأخبار بسيطة وواضحة والقاعدة في صياغة أسلوب الأخبار هي البدء بالعناصر

(1) - ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، عالم الكتب، القاهرة، 2002، ص 67.

(2) - إياد عمر أبو عرقوب، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار البداية، 2012، ص 170-171.

(3) - خالد مجد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، دار الأمين، 2005، ص 37.

(4) - محمد معوض، عبد العزيز بركات، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، مرجع سابق، ص 67.

المهمة وتحقيق الانسجام بين المقدمة وجسم القصة الإخبارية⁽¹⁾.

وترى الباحثة أن الأخبار التلفزيونية أخذت هذه الخصائص والمميزات انطلاقاً من طبيعة الوسيلة التي تعتمد على الصوت والصورة وما لهما من تأثير وجاذبية للجمهور ويظهر فيه بشكل خاص أهمية الصورة والفورية التي تجعل المشاهد وكأنه في موقع الحدث إضافة إلى حجم وقت البث إضافة إلى الأسلوب الخاص الذي يعرض به تفاصيل القصة الإخبارية.

4. أهمية الأخبار التلفزيونية:

إن صناعة الأخبار التلفزيونية وأساليب إعدادها وإخراجها قد شهدت تطوراً كبيراً في سنوات العقد الأخير من القرن الماضي، وقد امتد هذا التطور ليشمل لغة الخبر وطريقة صياغته وتحريره وقوابله والشكل الذي يصل به إلى المتلقي انسجاماً مع تلك التطورات التي يشهدها الإعلام كعلم وفن وصناعة.

وتزداد اهتمامات الناس بالأخبار كلما زاد القلق والمعاناة في المجتمع، ولا سيما في ظروف الحرب وفترات الأزمات السياسية والاقتصادية والاجتماعية إذ تشكل الأخبار المادة الأولى لأغلب المحطات التلفزيونية خصوصاً بعد التطور الحاصل في عملية نقل الحدث فور وقوعه مباشرة عن طريق الأقمار الصناعية مما دفع بأغلب الناس إلى إدمان الأخبار ولا سيما السياسية والرياضية منها⁽²⁾.

فالخبر أصبح بمثابة العمود الفقري للوسائل الإعلامية "بالإضافة إلى أنه فن صحفي له قواعده التي تميزه عن غيره من الفنون الأخرى، فكل ما يقدم من مواد إعلامية أساسها وسندها الأول هو الخبر"⁽³⁾

ومنه ترى الباحثة أن الخبر التلفزيوني هو أساس العملية الإعلامية التلفزيونية في القنوات الإخبارية بكل أشكالها وتوجهاتها، والمنافسة كانت ولا زالت محمومة بينها للحصول على السبق للوصول إلى مصادر المعلومات وطرحها وفق منظور معين وفي سياق معين، ووفق استراتيجية معينة من أجل أن يساهم الخبر تراكمياً في تكوين النسق المعرفي للجمهور.

(1) - المرجع السابق، ص 186.

(2) - بهات حسيب قهرمداني، مرجع سابق، ص 41.

(3) - مرعي مذكور، الصحافة الإخبارية، دار الشروق، جدة، 2000، ص 28

ثالثا: التقرير الإخباري التلفزيوني:

يعد التقرير الإخباري من أرقى أنواع العمل الإخباري، الذي يتطلب كفاءة مهنية عالية نظرا للعناصر الكثيرة التي يتضمنها، والجهد المهني الذي يحتاجه المراسل أو المحرر، فالتقرير هو أحد المحاور الأساسية للصحافة التلفزيونية ويصنف ضمن الأشكال الإخبارية التي يقصد منها إعلام الجمهور بحقيقة ما جرى من أحداث، كما أنه عنصر أساسي ورئيسي في النشرة الإخبارية ويركز التقرير على الصورة والكلمة وسنحاول هنا أن نتعرض بالتفصيل إلى هذا النوع الإخباري المهم جدا في التغطية الإخبارية التلفزيونية وهذا لأن الدراسة التحليلية تتطلب ذلك.

1. تعريف التقرير الإخباري: هناك العديد من التعريفات نذكر بعضها فيما يأتي:

فقد عرفه الباحث فاروق أو زيد "فن يقع ما بين الخبر الصحفي والتحقيق الصحفي، ويقدم التقرير مجموعة من المعارف حول الوقائع من سيرها وحركتها الحية فهو يتميز بالحركة والحيوية، ولا يقتصر على الوصف المنطقي والموضوعي للأحداث وإنما يسمح في الوقت نفسه بإبراز الآراء الشخصية والتجارب الذاتية للمحرر الذي يكتب التقرير، فكلما كان المحرر شاهد عيان على الحدث زادت فرصة النجاح أمام التقرير الصحفي".⁽¹⁾

ويعرفه الباحث بركات عبد العزيز "بأنه عبارة عن خبر تفصيلي عن حدث أو شخصية أو نشاط يتم التعبير عنه بكلام المراسل أو المندوب مشفوعا بمقاطع صوتية Sound وذلك في الراديو، أما في التلفزيون فإن التقرير الإخباري يعتمد على الصوت والصورة بما فيها المادة الفلمية Vidéo"⁽²⁾.

ويعرفه الباحث محمد سلمان الحتو "التقرير الإخباري هو رواية موضوعية حالية وساخنة لأهم الحقائق المتصلة بخبر مهم، والتي تضيف إليه الوقائع والتفصيلات الجديدة والقديمة والمتنوعة التي تشرحه وتفسره وتعين على ما يتصل به من تطورات وأفكار ومواقف ونتائج عاجلة أو أجلة"⁽³⁾.

(1) - بحات حسيب قهرمداني، مرجع سابق، ص82.

(2) - بركات عبد العزيز، المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص36.

(3) - محمد سلمان الحتو، مرجع سابق، ص94.

والتقرير الإخباري يختلف عن الخبر في أنه يقدم وصفا للوقائع والأحداث الراهنة ويخبر القارئ ويقره منها، ولكنه يقوم بتلك المهمة بشكل مغاير للخبر، وأن الخاصية التي تميز التقرير عن الخبر أو القصة الإخبارية هي أن الكاتب الذي يبقى في العادة وراء الستار عند كتابة الخبر يظهر لدى كتابة التقرير كشاهد عيان للأحداث⁽¹⁾.

"والتقرير شكل إخباري يعتمد على التعاون الوثيق بين المحرر الإخباري ومحرر المعلومات حيث يحتاج إلى خلفية بحثية وتعمق في التفاصيل والمسببات والبعد التاريخي وكذلك الصور والرسوم الشارحة والتعبيرية"⁽²⁾.

ويعرفه كرم شليبي "هو وثيقة صوتية أو صوتية مرئية للأحداث تشبع عقول المستمع أو المشاهد وتلبي رغبته في الاطلاع، حيث يقتنع بصحة وصدق الحوادث التي يسمعها أو يشاهدها"⁽³⁾.

ويعرف عبد الجواد سعيد التقرير الإخباري "بأنه نوع من أنواع التعليق على الأخبار فهو يتضمن قدرا كبيرا من المعلومات والتفاصيل التي يصعب إيرادها في صلب الخبر وشرح مغزاه، تأتي بمثابة إجابات وافية عن العديد من التساؤلات التي يثيرها الخبر في ذهن جمهور المشاهدين، ويحصل المراسل أو المندوب على هذه المعلومات التي يتضمنها تقريره الإخباري من موقع الأحداث من شهود العيان والوثائق الرسمية وتصريحات المسؤولين والمشاركين في الأحداث نفسها"⁽⁴⁾.

وفي ضوء التعريفات السابقة للتقرير الإخباري، والتي نجد أنها مختلفة ومتباينة ولقد حاولت الباحثة أن تصوغ تعريفا تراه شاملا انطلاقا من التعاريف السابقة.

التقرير الإخباري التلفزيوني هو من الفنون الإخبارية يقع بين الخبر والتحقيق يعده ويقدمه المراسل من موقع الحدث، مهمته الإجابة عن السؤال كيف؟ وتزويد المشاهد بمعلومات تفصيلية وهو أساس النشرات الإخبارية، وهو يعبر في غالب الأحيان عن سياسة وتوجهات المؤسسة الإعلامية ويتأثر بقيمتها الإخبارية والمهنية.

(1) - محمد سلمان الختو، المرجع السابق، ص 94.

(2) - المرجع نفسه، ص 94.

(3) - كرم شليبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص 176.

(4) - عبد الجواد سعيد محمد ربيع، فن الخبر الصحفي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 92.

2. أنواع التقارير الإخبارية: يمكن تقسيم التقارير الإخبارية من حيث نوعية التغطية إلى قسمين:

1.2: تقارير التغطية الميدانية:

وهو أكثر أنواع التقارير تعقيدا وخطورة، وأكثر تكلفة للجهد والوقت والمال، كما أنه يعتبر من أصعب أنواع التقارير التي تحتاج لمهارة عالية، والمسؤول عن إعداد التقارير الميدانية يسمى المندوب أو المراسل، وتنقسم التغطية الإخبارية من حيث طبيعة البث إلى:

- تقارير ميدانية مباشرة: تم إعدادها وتجهيزها وبثها على الهواء من موقع الحدث، وهي نوعية تحتاج إلى امكانيات إنتاج هائلة، لا تتوفر إلا في الشبكات والمحطات الإخبارية الكبرى مثل CNN وBBC⁽¹⁾. وتسمى أيضا التقارير الحية وتبث عبر الإرسال الخارجي المباشر، وعادة ما تكون أثناء النشرات الإخبارية⁽²⁾.

- تقارير ميدانية مسجلة: يتم إعدادها في موقع الحدث ثم يتولى المراسل استكمالها، وتحريرها في شكلها النهائي بغرفة الأخبار، لتكون جاهزة للبث وقت الخدمة الإخبارية المحددة لها، وهو نوع شائع في مجال الإنتاج الإخباري.

وتنقسم وفقا لنوعية الأخبار وأهميتها إلى نوعين:

-تقارير الأحداث الجارية غير الطارئة: وهي التقارير التي تغطي أحداث معلومة مسبقا، تم تحديدها في إطار عمل إدارة التسجيل المستقبلي، ويكون المراسل المندوب في هذا النوع من التقارير غير مضغوط بعامل الوقت، حيث يكون على علم بقصته التي سيقوم بتغطيتها بوقت كافي.

-تقارير الأحداث العاجلة الطارئة: هي التقارير التي تغطي الأحداث الغير معلومة التوقيت وهنا يعمل المراسل المندوب تحت ضغط عامل الوقت⁽³⁾، مما يتطلب منه حركة سريعة وقدرة على الإعداد والتحرير تحت ضغط هذه الظروف، والأخبار العاجلة هي في مجملها أحداث بشرية أو طبيعية طارئة،

(1) - محمد خالد مجد الدين، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، دار الأمين للطباعة، القاهرة، 2005، ص 67-75.

(2) - بهات حسيب قهرمداني، مرجع سابق، ص 89.

(3) - محمد خالد مجد الدين، المرجع السابق، ص 67-75.

وتعتبر مرادفا لما يطلق عليه أخبار الكوارث كاندلاع حريق، فيضانات، انهيار مبنى، قرار رئاسي عاجل، حوادث سقوط الطائرات...⁽¹⁾.

2.2. تقارير التغطية التسجيلية:

النوع الثاني من التقارير الإخبارية هو تقارير التغطية التسجيلية لحدث ما داخل غرفة الأخبار، ولا يحتاج مثل هذا النوع من التقارير إلى وجود في موقع الحدث، ويمكن التمييز بين نوعين من هذه التقارير وفقا لموضوع الحدث ولمعالجة الحدث. والتقارير التسجيلية وفقا لموضوع الحدث تنقسم إلى قسمين:

- تقارير التغطية التسجيلية للأحداث المحلية: والقائم بالعمل فيها هو المراسل أم المندوب، ويتم عمل هذه التقارير بغرفة الأخبار، خاصة الموضوعات التي لا تحتاج لنزول المراسل إلى موقع الحدث، واكتفائه بالمادة الفلمية التي يوفرها أطقم وحدات التصوير الإخباري الخارجي، وأغلب هذه التقارير تكون عن حدث ما، تبدأ تطوراتها غدا أو في وقت لاحق لليوم....

- تقارير التغطية التسجيلية للأحداث الخارجية: والقائم بالعمل فيها فريق المحررين المشارك في إعداد النشرة الإخبارية، وفي مجملهم يكونون من المحررين المترجمين، والأخبار الخارجية يتم تغطيتها في صورة أخبار، وفي أحيان أخرى يتم الاعتماد على المراسلين الخارجيين عبر ما تبثه وكالات الأنباء الفلمية الدولية، وخاصة حينما يكون لرئيس التحرير وجهة نظر محددة في تغطية الحدث، أو رغبته في الانفراد بإجراء مقابلة مع إحدى الشخصيات المحركة لهذا الحدث ويمكن التمييز بين خمسة أنواع من التقارير التسجيلية وفقا لنوع المعالجة الخبرية⁽²⁾.

- تقارير تسجيلية خبرية: التعريف بكل جوانب الخبر.

- تقارير تسجيلية ارتباطية: خبر يشمل خبرين منفصلين، إلا أنهما يرتبطان في الأثر والنتيجة.

- تقارير تحليلية: تحليل الأحداث وفق الظروف والمحيط السائد.

- تقارير شاملة: يشمل الأنواع الأربعة السابقة ويحتاج إلى جهد في إعداده.

- تقارير تاريخية: لحدث ما أو شخصية ما.

(1) - محمد خالد مجد الدين، المرجع السابق، ص 67-75.

(2) - المرجع نفسه، ص 67-75.

وترى الباحثة أن كل هذه الأنواع لها أهمية رغم أن التقارير الميدانية الحية المباشرة هي الأصعب وتحتل الصدارة في النشرة الإخبارية، وتتطلب جميعاً أن يكون مُعدي هذه التقارير على قدر عالٍ من المهنية ولا سيما في نقل الحقائق والتطابق بين مضمون النص والمادة المصورة.

3. أهمية التقرير التلفزيوني:

تأتي أهمية التقرير التلفزيوني من أهمية النشرة الإخبارية في القنوات الإخبارية، كون هذه الأخيرة تعتبر وعاء يضم مزيج من الأشكال الفنية يتصدرها الخبر أولاً، ومن ثمة المقابلة القصيرة لضيف خصص لمناقشة موضوع خبر ظهر في النشرة ولا بد له من الإيضاح فضلاً عن وجود التقنية القديمة-الحديثة، بوجود جهاز ال (S.N.G) والارتباط بمصدر آخر للحصول على المعلومات والانطباعات الخاصة به وفي موقع بعيداً عن ستوديو النشرة، فضلاً عن أهمية التقرير ودوره في بناء النشرة وهو أي تقرير "يلقي الضوء على الواقع بالصورة التلفزيونية والكلمة في صورة تعليق، ليبرهن صدق وصحة ما يقدمه المذيع"⁽¹⁾.

ويكون مصدر هذه التقارير هو المراسل ووجوده في موقع الحدث الذي تتنافس على عرضه أو بث القنوات الإخبارية لغرض الحصول على السبق.

كما أن التقرير الإخباري التلفزيوني أهمية قصوى في وجود بين الأشكال الفنية في النشرة الإخبارية لما يوفره التقرير من صحة للأخبار ودقتها مدعومة بالحوار والمقابلة والصورة الحيادية في الطرح.

ويقول الدكتور فاضل جتي سلمان "أن أفضل التقارير التلفزيونية هي وجود وظهور المراسل وإعطاء رأيه في ختام التقرير باعتبار الأخير يقدم للمستمع أو المشاهد بطريقة دقيقة وبأسلوب مباشر لعمل المراسل الميداني عن الحدث الخارجي الذي رافق تفاصيله بدقة"⁽²⁾.

ويؤكد على "أن هناك بعض التقارير التي لا تظهر فيها صورة المراسل التلفزيوني وينبغي أن يذكر اسمه مع نهاية تقريره على أي صورة من صور التقرير، وهذا يفقد المراسل واقعية وصدق المعلومات داخل النشرة، متناقضاً مع التقرير الجيد والذي يتفق الجميع على أن مهمته نقل جوهر الحدث وبأقصى قدر

(1) - نسمة أحمد البطريق، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، الدار العربية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2009، ص169.

(2) - فاضل جتي سلمان، وظيفة التقرير في الفضائيات العربية دراسة حالة، مجلة كلية التربية الأساسية، جامعة بغداد، المجلد22، العدد93، 2016، ص598.

من الواقعية، أمّا غيابه عن التقرير فتلك هي صناعة التقرير فتلك هي صناعة التقرير على طاولة تحرير الأخبار⁽¹⁾.

وتتفق الباحثة مع رأي الدكتور فاضل على أن أساس النشرة الإخبارية وجود تقارير ميدانية ومراسلين ينقلون الوقائع بدقة وواقعية من عين ومكان الحدث حتى يحس المشاهد أنه أساسي أمّا غيابه فيفتح الأبواب على كل التخمينات التي تدور حول صناعة التقارير بعيدا عن الميدان..

"كما أن وجود خمسة تقارير على الأقل في النشرة الإخبارية ما بين (سياسي، اقتصادي، اجتماعي، رياضي...) وتوزيعها بطريقة ذكية خلال زمن النشرة يعطي قوة وجاذبية للنشرة الإخبارية، حيث يعد عامل الزمن للتقارير ذا أهمية كبيرة في بناء النشرة الإخبارية ولا يمكن بأي حال من الأحوال الاستغناء عنه كونه "يعكس أهمية الحدث ويعطي التغطية طابعا إنسانيا، ويتوجه إلى المشاهد المتوسط الاهتمام بالحدث، وفي الوقت نفسه يساعد المحطة على أن تنفرد وتتميز"⁽²⁾.

وترى الباحثة أن الحقيقة التي يجب أن نعيها أن نجاح النشرة الإخبارية سواء في قناة متنوعة البرامج أو متخصصة في الأخبار يأتي من دقة وصحة ومصادقية التقارير الإخبارية الموجودة فيها، وهو الذي يكسب القناة هويتها في أذهان المشاهدين، ويعزز من صورتها ومكانتها عند متابعتها بعد مراحل وأعوام من الممارسة المهنية الراقية والاحترافية العالية.

4.متطلبات التقرير الإخباري التلفزيوني:

على التقرير التلفزيوني الجيد أن يجيب على تساؤلات المشاهد مثل: ماذا حدث؟ ما هي التطورات الأخيرة لما حدث؟ ما القضايا التي يجب على أن أفهمها للربط بين تلك التطورات؟ ولماذا يعد ما حدث مهما؟ وما الذي يعني من كل ذلك؟ ولكي ينجح المراسل في تقديم إجابات عن تلك الأسئلة عليه أولا أن يلم بها، ثم عليه أن يتمكن من نقلها إلى المشاهد بطريقة سهلة وجذابة.

ويمكن إيجاز مواصفات التقرير الإخباري التلفزيوني الناجح فيما يأتي:⁽³⁾

(1) - فاضل جتي سلمان، المرجع نفسه، ص 599.

(2) - أديب حضور، كمال بديع الحاج، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، جامعة دمشق، 2005، ص 95.

(3) - تاريخ الدخول: 2019/12/20. 20130702112133966. BBC .co.ck/academy/ar/articles/art -

- وحدة الموضوع: بمعنى ألا يهدف التقرير إلى بحث أكثر من قضية أحيانا يمكن للمرسل الجيد الربط بين موضوعين فقط إن كانت هناك ثمة علاقة عضوية ومنطقية بينهما.
- الجمل القصيرة: تسمح الجمل القصيرة لقارئ التقرير أي المراسل بالتقاط أنفاسه من كل ثلاث إلى خمس ثوان، وهي المدة نفسها التي يحتاجها المشاهد أيضا لالتقاط أنفاسه، فالجمل الطويلة معقدة بطبيعتها، ويصعب مونتاجها، وتجعل المشاهد يلهث كما أنه من الصعب قراءتها بشكل تلقائي.
- تنفس الصور: ما بين التقاط النفس والآخر يجب أن تترك الصورة تتنفس، وأنفاس الصورة هي الأصوات الطبيعية المصاحبة لها ولكن من دون مبالغة في إبراز مثل تلك الأصوات المصاحبة من دون مبرر موضوعي.
- تقسيم التقرير إلى أجزاء: التقرير الجيد يجب أن يقسم على أجزاء منطقية ويسمى كل جزء بـ Séquence يتراوح مدى كل جزء ما بين 15 إلى 20 ثانية ويتعامل كل جزء أو سياق أمّا مع موضوع واحد أو مع موقع جغرافي واحد، داخل المدينة نفسها أو عبارة عن تمهيد لمقطف صوتي، أو المقطف الصوتي نفسه، ويساعد هذا التقسيم المشاهد على فهم السياق العام للقصة.
- السياق الزمني: يجب أن يسير السياق الزمني في اتجاه واحد، أي أمّا من الأحدث إلى الأقدم أو العكس ولا يفضل استخدام الاتجاهين في التقرير نفسه.
- السياق المكاني: يجب أن يسير السياق المكاني في اتجاه واضح، أي إن بدأت من موقع ما واتجهت إلى موقع آخر، ربما يمكنك فقط العودة في نهاية التقرير إلى الموقع الأول.
- المقطعات الصوتية: يجب أن يتم التمهيد لأصحاب الاقتباسات الصوتية داخل التقرير بالتعريف إلى أي اتجاه ينتمون، وفي الصورة بأن نشاهدهم في أماكنهم الطبيعية يمارسون حياتهم الطبيعية، وذلك قبل أن يبدووا بالحديث.
- استخدام الجرافيك: لا يجوز أن يعكس استخدام الجرافيك في التقرير بشكل مفضوح -نقص المادة الفلمية- بل يجب أن يكون في سياق توضيح معلومات وبيانات من الصعب توضيحها من دون استخدام الجرافيك (كالأرقام، والإحصائيات، ونتائج استطلاعات الرأي، ونتائج الانتخابات أو مسار طائرة مخطوفة أو طائرة متحطمة...).

- استخدام الصورة الأرشيفية: يجب أن يكون استخدام الصورة الأرشيفية في سياق واضح ومعلن، لا أن يخدع المشاهد ويجعله يخلك بينها وبين الصورة الحديثة، ويجب أن يكون سياق الصورة الأرشيفية باتجاه واحد، أي أن تستخدمها في موقع واحد لا أن تستخدمها ثم تعود إلى صور اليوم، ثم تعود مرة أخرى إلى الأرشيف، وينطبق ذلك على الصور الأرشيفية التي تعود إلى سنوات مضت أو تلك التي تعود إلى الأسبوع الماضي مثلاً.

- ظهور المراسل في التقرير الميداني: يجب أن يكون ظهور المراسل في مقدمة التقرير الميداني، وفي انتقالاته وختام التقرير مُبرِّراً وأن يضيف الكثير إلى احساس المشاهد بحيوية الموضوع⁽¹⁾.

رابعا: التعليق الإخباري

فالتعليق الإخباري هو حديث إخباري مباشر يكتبه شخص متخصص للتعبير عن رأي معين في قضية ما أو حدث معين، أي أن التعليق يقوم على الرأي Opinion المدعوم بالمعلومات⁽²⁾.

ويفترض من كاتب التعليق أن تتوفر فيه بعض الشروط مثل:

- أن يكون واسع المطالعة على الشؤون العامة.
- أن يكون دائماً على اتصال بالأخبار سواء عن طريق التعرض لوسائل الإعلام أو من خلال مصادره واتصالاته.
- أن يتسم بشخصية مقبولة من الجماهير وأن يظهر الخبر الرئيس موضوع التعليق في مكان قريب من البداية.
- أن يختار بداية جذابة تستحوذ على اهتمامات الجماهير وأن يركز التعليق على تقديم الوقائع وليس على الأسلوب الانفعالي الإنشائي⁽³⁾.

(1) - المرجع نفسه .co.uk/academy/ar/Articles. BBC - (1)

(2) -بركات عبد العزيز، المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص36.

(3) - حسن عماد مكاوي، إنتاج البرامج للراديو، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1999، ص307.

خامسا: التحليل الإخباري:

التحليل هو شرح للخبر ومقابلته بالأخبار الأخرى المتعلقة بالموضوع نفسه أو القضية سواء كانت متوافقة معه أو معارضة له، ويستعرض المحلل الأنباء الخاصة بموضوع معين بعد ترتيبها بحيث يسهل على المشاهد والمستمع المقارنة والاستنتاج فهدف المحلل هو أن يشرح ويفسر ويبسط بدون أن ينحاز في رأي أو اتجاه معين⁽¹⁾.

ويؤكد د بركات عبد العزيز على أن التحليل الإخباري يتخذ نفس الشكل الذي يتخذه التعليق ولكن التحليل يقوم على المعلومات المكثفة Intensive Information ولا يتضمن رأيا صريحا في القضية⁽²⁾.

إجمالا ومن خلال ملاحظتنا المباشرة للقنوات الفضائية الإخبارية فإن أبرز الأشكال والقوالب الفنية المستخدمة في تغطياتها الإخبارية تتمثل في:

- العرض الروتيني الاعتيادي للأخبار المتسلسلة.
- تقارير مباشرة من المراسلين من الداخل أو الخارج عبر أجهزة الإرسال والأقمار الصناعية.
- تقارير معدة من داخل غرف الأخبار اعتمادا على فيديو مسجل أو أرشيف القناة.
- تقارير صوتية للمراسلين عبر الهاتف أو مرئية عبر الأقمار الصناعية أو السكايب ومواقع التواصل الاجتماعي.
- أخبار عاجلة سواء من خلال نصوص تعرض من فوق شريط الأخبار العادية بجاذبية ولون مختلف - عادة يكون أحمر- أو من خلال ظهور مذيع الأخبار وقراءتها لعدة مرات.
- استضافة شخصية أو أكثر عبر الأقمار الصناعية أو عبر الهاتف أو السكايب.
- استضافة شخصية أو أكثر داخل الاستوديو ضمن نشرات الأخبار الرئيسية.
- نقل مباشر للمؤتمرات الصحفية والمناسبات السياسية الهامة والثقافية والفكرية عبر الأقمار الصناعية.

(1) - محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عرافة، مرجع سابق، ص 15.

(2) - بركات عبد العزيز، مرجع سابق، ص 36.

المبحث الثاني: مصادر التغطية الإخبارية، تعريفها، أنواعها:

لقد شهدت صناعة الأخبار وآليات نشرها تطورات عبر عقود من الزمن، سواء في مجال قوالب صياغة الخبر، ونمط كتابة أو اللغة المستخدمة ولقد امتد هذا التطور إلى جمع مراحل العملية الإخبارية واشتمل على طرق وآليات الحصول على المعلومات ولقد أسهمت التطورات الحاصلة في الوسائل التكنولوجية الحديثة في ظهور مصادر إخبارية جديدة كان لها دور كبير في سرعة التداول الإخباري، ولقد كانت ولازالت المصادر الإخبارية ركيزة أساسية في صناعة الأخبار بل هي تعين الشاهد على مصداقيتها، ونحاول في هذا المبحث أن نتحدث عن تعريف مصادر الأخبار وأنواعها وعلاقتها الصحفي بمصادر الأخبار وأساليب كشف تحيز المصادر.

المطلب الأول: تعريف مصادر الأخبار:

1. في اللغة : بمعنى صَدَرَ الأمر صَدَرا وُصِدَورا وَقَعَ وتَقَرَّرَ، ويُقال فلأن يَصْدُرَ عن كذا، أي يستمد منه، وأصدر الأمر: أَنْفَذَهُ وأَذَاعَهُ، والمصدر: ما يَصْدُرُ عنه الشيء، وهو عند علماء اللغة: صيغة اسمية تدل على الحدث فقط (1).

2. في الاصطلاح: لقد عرف العديد من الباحثين مصادر الأخبار، حيث ترى الباحثة شاهيناز طلعت أن المصدر "هو منشأ الرسالة، وقد يكون فردا أو عدة أفراد يعملون معا ممثل فريق الأنباء في التلفزيون، وقد يكون المصدر أيضا معهدا أو مؤسسة، أو قادة مجتمع أو مربين أو أطباء أم ممارسين أو أصدقاء أو أقارب (2).

وتُعرف أيضا "بأنها الأداة التي تحصل من خلالها الصحيفة أو المجلة على الخبر الصحفي، وهذا المصدر قد يكون شخصا مثل كبار الشخصيات الرسمية والشعبية أو نجوم الحياة الاجتماعية أو كبار الشخصيات الاجتماعية التي تزور البلاد وغير ذلك من المصادر الحية. وقد يكون هذا المصدر جهة مثل وكالات الأنباء والإذاعات المحلية والأجنبية والصحف المحلية والأجنبية (3)، ويذهب آخرون إلى مصدر

(1) - مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية ط4، القاهرة، 2004، ص534-535.

(2) - شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، مكتبة الأنجلو المصرية، ط3 القاهرة، 1995، ص52.

(3) - مشعل سلطان عبد الجبار، إيديولوجيا الكتابة الصحفية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012، ص80.

الخبر الصحفي "هو الشخص أو المؤسسات الإعلامية وغير الإعلامية التي تستقي منها الصحيفة أنباءها وأخبارها الصحفية، وتعتمد عليها اعتمادا كلياً، وقد تكون هذه المصادر ذاتية (مثل المندوب والمراسل الصحفي) أو خارجية مثل وكالات الأنباء بأنواعها المختلفة والصحف والمجلات والإذاعات العربية والدولية والنشرات والوثائق والمؤتمرات الصحفية... إلخ⁽¹⁾.

المطلب الثاني: أنواع مصادر الأخبار:

إن الحصول على الأخبار هي الخطوة الأولى في إنتاج الأخبار التلفزيونية ولقد تعددت مصادر الحصول على تلك الأخبار ويمكن تقسيم المصادر إلى أربعة تصنيفات على النحو الآتي: ⁽²⁾

1. التصنيف الأول: المصادر وفقاً للمستوى

انطلاقاً من مفهوم مصادر الأخبار يمكن أن نميز بين أكثر من نوع من المصادر على أساس طبيعة كل منها وحجم الدور الذي تقوم به في إمداد الصحف ووسائل الإعلام بالموارد الإخبارية وفق ثلاث مستويات: ⁽³⁾

1.1. المستوى الأول: صناعة ونقل الأخبار:

بحيث يمكن التمييز بين المصادر صناعة الخبر، ويطلق عليها في بعض الأدبيات الصحفية بمصادر المخبر الصحفي، ويعني المصادر النقلة للخبر، أي التي تقوم بنقل المعلومات الإخبارية من مصادر صناعة الخبر.

2.1. المستوى الثاني: المصادر الذاتية والخارجية:

ويمكن تقسيم مصادر الأخبار بالنسبة لوسيلة الإعلام إلى نوعين هما: المصادر الذاتية للوسيلة وتعني المخبرين، والمراسلين الذين يعملون لحساب الوسيلة فقط، وبين المصادر الخارجية وتشمل المؤسسات الإخبارية مثل وكالات الأنباء والخدمات الخاصة والصحف والمجلات والإذاعات والتلفزيونات التي تستقي منها الوسيلة الأخبار، وهي لا تعمل لحساب الصحيفة فقط.

⁽¹⁾ - محمد معوض وعبد السلام إمام، فنون التحرير الصحفي، دار الكتاب الحديث ط1، القاهرة، 2012، ص154.

⁽²⁾ - جمال القيس، الأخبار في الصحافة الإلكترونية، داري الفجر والنفاث لل نشر والتوزيع، ط1، بغداد وعمان، 2013، ص64، 65.

⁽³⁾ - المرجع نفسه، ص64، 65.

3.1. المستوى الثالث: طبيعة المصدر:

ويتم التمييز على أساس طبيعة المصدر الذي تم استقاء المعلومات الخبرية منه، وتم تقسيمه إلى المصادر الحية: أي الأشخاص والمصادر الأرشيفية أي الوثائق والبيانات والمعلومات المكتوبة أو المصورة.

2. التصنيف الثاني: المصادر وفقا لسماتها

ويسمى هذا التصنيف الرئيس أو التقسيم الكبير الذي يصنف المصادر إلى نوعين وهي ما يمكن اعتبارها سمات المصادر على النحو الآتي: ⁽¹⁾

1.2. المصادر الحية:

ويقصد بها الأشخاص الذين يؤخذ منهم الأخبار (رؤساء، وزراء، ملوك، مندوبين، شخصيات عامة... إلخ، والمصادر الحية ثلاثة أنواع:

- **مصادر متعاونة:** وهي التي تتعاون مع المندوب الصحفي وتغطية المعلومات والحقائق دون إخفاء شيء أو تخرب.

- **مصادر متهربة:** وهي التي تنهرب بأي حجة وبأي شيء، ولا تعطي الصحفي أي معلومات أو بيانات، وغالبا ما يكون هذا المسؤول فاقد الثقة في نفسه ومعلوماته كذلك.

- **مصادر مترددة:** وهي التي تردد في إعطاء المعلومات بسبب تخوفها من إعطاء المعلومات، نظرا لوجود شخص أعلى منه مرتبة يمكن أن يوقع عليه عقوبة.

2.2. المصادر غير الحية (الميتة):

وهي عكس الحية، وتتمثل في الكتب والجرائد والمجلات والإذاعة والتلفزيون والمطبوعات والوثائق والملصقات والإعلانات والخرائط ⁽²⁾.

⁽¹⁾ - رفعت عارف الضبع، الخبر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط، 1 القاهرة، 2011، ص 198-199.

⁽²⁾ - المرجع نفسه، ص 198-199.

3. التصنيف الثالث: المصادر وفقا لآليات نقلها

تنقسم المصادر وفقا لهذا التصنيف إلى صنفين مباشرة وأخرى غير مباشرة وذلك على النحو الآتي⁽¹⁾:

1.3. المصادر المباشرة للأخبار:

وهي التي تقوم فيها بنقل الأخبار من المصادر الأولية ويكون ذلك عبر آليتين:

- **النقل عن المسؤولين:** أي التصريحات التي يحصل عليها الصحفي من أحد الشخصيات بهدف الحصول على معلومات أو أخبار منه مباشرة، ويتم ذلك من خلال ثلاث طرق: الحديث التلفزيوني، المؤتمر الصحفي، والحديث من خلال المقابلة المباشرة.

- **النقل عن مواقع الأحداث:** ويقوم خلالها الصحفي بالتغطية الميدانية من مكان الحدث واستيعاب تفاصيله، ومقابلة شهود العيان، وكتابة تقريره لإعلام الجمهور بالحقائق المستقاة من أرض الواقع، وهي تستهدف عادة أحداثا متوقعة وأخرى طارئة، يتم التوجه إليها عقب حدوثها ويجري فيها توظيف الآلية الأولى عبر النقل عن المسؤولين من موقع الحدث.

2.3. المصادر غير المباشرة للأخبار:

وهي المصادر الوسيطة أي التي يتم الحصول عليها من غير مصادرها الأصلية التي تعتمد عليها دائما ومن ذلك:

- النقل عن أجهزة إعلامية أخرى سبقتها إلى الخبر: وتشمل الصحف وشبكات الإذاعة والتلفزة والإنترنت⁽²⁾.

- المصادر التي توشي بالأخبار: وهي التي يمكن من خلالها استنباط بعض المعلومات والأخبار فنبداً في تحريكها والبحث عن حقيقتها، وخلفياتها واستكمال تفاصيلها، ومن أمثلة ذلك: الأحاديث العابرة، البيانات والنشرات، المجلات المتخصصة، الإعلانات، رسائل القراء، الشائعات.

(1) - نعمات عثمان، الخبر ومصادره في العصر الحديث، دار المعرفة الجامعية، دط القاهرة، 2008، ص 21-63.

(2) - المرجع نفسه، ص 21-63.

4.3. التصنيف الرابع: المصادر وفقا لطبيعتها

وتتفق الباحثة بعد تناول التقسيمات المختلفة للمصادر مع الباحث ياسر أحمد عبد الغفور أنه يمكن تقسيم المصادر وفقا لطبيعتها على النحو الآتي: (1).

1.4.3 المصادر الإعلامية: وتطلق عليها بعض الأدبيات الإعلامية المصادر النقلة للخبر: وهي المصادر التي تقوم بنقل الأخبار من مكان وقوعها إلى مقر الوسيلة الإعلامية (2)، وتسمى أحيانا مسالك الخبر ذلك للفرقة بينها وبين مصادر أخبار المندوب الصحفي، وهذه المسالك تشمل إلى جانب المندوب المراسل ووكالات الأنباء والصحف والإذاعات... إلخ (3) نوهي تتعدد بتعدد وسائل الإعلام وتنقسم إلى نوعين:

-النوع الأول: المصادر الذاتية الخاصة

ويطلق عليها البعض المصادر الداخلية أو المصادر الخاصة أو المصادر الذاتية لأنها تعكس مجهود طاقم المؤسسة الإعلامية وتبرز علاقتها الواسعة وانتشارها، وبقدر ما يزداد عدد الأخبار التي تنفرد بها المؤسسة بقدر ما تزداد الثقة فيها (4)، ويتسع انتشارها ويزداد جمهورها لأن المصادر الخارجية تقدم خدماتها لجميع وسائل الإعلام.

وتنقسم المصادر الذاتية إلى نوعين:

أولاً: المندوب الصحفي (المخبر الصحفي): هو صحفي من هيئة تحرير الوسيلة الإعلامية، يعمل لحسابها داخل المدينة أو الدولة التي تصدر منها وفقاً لتوجهات إدارة تحرير الوسيلة، يجمع الأخبار من

(1) - ياسر أحمد عبد الغفور، دور المصادر في بناء تحيزات التغطية الخيرية حول حصار غزة، رسالة ماجستير، كلية الآداب قسم الصحافة الجامعة الإسلامية، غزة، ص70.

(2) - حسني نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات، الخبر الصحفي، دار الكتاب الجامعي ط1، العين، 2004، ص96.

(3) - مشعل سلطان عبد الجبار، مرجع سابق، ص81.

(4) - عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والأنترنت دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ط3، الجزائر، 2011، ص158.

جهة محددة بصفة دائمة أو مؤقتة وإعدادها للنشر ونقلها إلى الوسيلة⁽¹⁾، ويعد المندوب بمثابة وكيل أو نائب أو ممثل للوسيلة الإعلامية من أماكنها المحلية⁽²⁾.

والمندوب الصحفي الناجح مطالب بالإلمام بجميع تفاصيل الحدث لغرض تزويد صحيفته بها "فهو يجمع الأنباء ويسجل ما يجمعه ولا بد له من الحصول على كل تفاصيل الخبر"⁽³⁾.

ثانيا: المراسل الصحفي: نجد العديد من التوصيفات المختلفة لتسمية المراسل فمنها ما تحصرها في الصحفي أو الإعلامي الذي ترسله مؤسسة إعلامية لخارج البلاد لكي يجمع ويحرر ويرسل أخبار بلدان أخرى إلى داخل البلد، وعادة ما يكون واحدا من كبار الصحفيين والإعلاميين ذوي الخبرة، وهناك من يرى أن المراسل هو الذي يجمع الأخبار من داخل البلد ولكن خارج الإقليم أو المدينة بل هنا من يأتي بتسمية مندوب إلى جانب مراسل للدلالة على من تنتدبه المؤسسة الإعلامية، وترى الباحثة أن هناك خلط بين مهام المندوب والمراسل وان هناك تقاطع كبير بينهما.

ويرى الباحث عبد الجواد سعيد ربيع⁽⁴⁾ أن المراسل الصحفي هو "الصحفي الذي يعمل خارج الإقليم الذي تصدر فيه الصحيفة فإذا كان في داخل البلد نفسه، ولكن خارج المدينة التي تصدر فيها الصحيفة يسمى مراسل محلي أو إقليمي، ويقوم بتغطية جميع الأنشطة من نطاق المحافظة أو الإقليم الذي يتواجد فيه"⁽⁵⁾.

وهناك نوعان من المراسلين:

1. المراسل الداخلي: وهو مندوب الصحيفة الدائم أو الثابت داخل أرض الوطن أو الدولة ولكنه خارج نفس المكان أو الموقع الذي تصدر فيه الصحيفة أي أنه في مدينة أخرى⁽⁶⁾.

(1) - حسني نصر، سناء عبد الرحمن، مرجع سابق، ص 92.

(2) - نعمات عثمان، مرجع سابق، ص 68.

(3) - فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 172.

(4) - عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2009، ص 107.

(5) - المرجع نفسه، ص 107.

(6) - كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، دار الشروق ط 2، جدة، 1988، ص 97.

2. المراسل الخارجي: وهو مندوب الصحيفة خارج أرض الوطن أو الدولة التي تصدر فيها الصحيفة⁽¹⁾ وينقسم إلى قسمين:

1.2. المراسل الدائم أو المراسل المقيم: وهو صحفي يقيم ببلد أجنبي ويث بانتظام تغطيات إخبارية من هذه الدولة إلى المحطة التي يعمل لصالحها، ويمثل محطته الإذاعية أو التلفزيونية خارج بلد البث أي "في إحدى العواصم أو المدن العالمية لمدة طويلة من أجل تغطية أنبائها وإرسالها إلى المحطة التي يعمل لصالحها"⁽²⁾، " ويستطيع من خلالها تكوين العديد من الصداقات والعلاقات مع الشخصيات المهمة والمسؤولين عن هذه المنطقة أو البلد"⁽³⁾.

2.2. المراسل المتنقل أو المتجول: وهو الذي لا يقيم في منطقة معينة بصفة دائمة وإنما يسافر إلى مختلف المناطق وفق ما تفتضيه الأحداث الجارية، فتوفده الوسيلة الإعلامية لتغطية حدث معين ثم يعود إلى مقر عمله⁽⁴⁾، ويتوقف عدد مراسلي الوسيلة الإعلامية على إمكانياتها المادية وتوجهاتها في التغطية الخيرية.

3.2. المراسل المؤقت: وهو المراسل الذي تبعث به إحدى المحطات الإذاعية أو المحطات التلفزيونية لتغطية حدث مهم يقع في منطقة تخلو من وجود مراسل في حالة الأحداث الضخمة⁽⁵⁾.

4.2. المراسل الحربي: هو "إعلامي يرافق القوات المسلحة في أثناء قيامها بواجباتها المسلحة ويضطلع بمهمة تزويد المحطة الإذاعية أو القناة التلفزيونية التي يعمل لصالحها بالتقارير الإخبارية والتحقيقات والصور"⁽⁶⁾.

وهو الصحفي أو الإعلامي المدرب تدريباً جيداً على مرافقة بعض القطاعات العسكرية والتوجه إلى جبهات القتال بغرض تغطية تطورات الحرب، وتوثيق المعارك وتزويد الجمهور بتقارير عن القتال،

(1) - جواد راغب الدلو، مصادر الأخبار الخارجية في الصحافة الفلسطينية، كتاب دراسات في الصحافة الفلسطينية، مكتبة الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، غزة، 2000، ص102.

(2) - بهات حبيب قهومداني، مرجع سابق، ص102.

(3) - جمال القيسي، الأخبار في الصحافة الإلكترونية، ط1، مرجع سابق، ص67.

(4) - المرجع نفسه، ص67.

(5) - حسني نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير في عصر المعلومات للخبير الصحفي، دار الكتاب الجامعي ط1، العين، 2003، ص102.

(6) - بهات حبيب قهومداني، المرجع السابق، ص104.

وعن الروح المعنوية للجنود ولكن بعد الحصول الرخص الرسمية من الجهات العسكرية المعنية.

وأمام هذه التقسيمات التي لا نجدها في بعض التصنيفات للمراسلين في بعض الدراسات التي تركز على المراسل الدائم والمراسل المؤقت، ترى الباحثة أن المراسل الحربي والمتجول موجودان في العمل الميداني خاصة مع ازدياد مناطق التوتر والصراع والنزاعات والحروب في العديد من المناطق في العالم، ولكن نلاحظ بعض التداخل في المهام بين هذه التصنيفات الأربع أحيانا بسبب الصعوبات المادية للوسيلة الإعلامية.

النوع الثاني: المصادر الخارجية (العامة)

وهي المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة من غير هيئة تحريرها مثل وكالات الأنباء والاتفاقيات الخاصة، والإذاعات المحلية والأجنبية والنشرات والوثائق⁽¹⁾، وأخبار هذه المصادر تأخذها الوسائل الإعلامية أما عن طريق عقد اتفاقيات خاصة معها، كالاتفاقيات مع وكالات الأنباء، أو ان هذه المصادر تنشر تغطيتها الإعلامية وتوجهها إلى الجماهير، مما يتيح لوسائل الإعلام أن تأخذ عنها بعض الأخبار، وتقوم بإعادة نشرها بطريقة تتفق وطبيعتها⁽²⁾، ويعكس ارتفاع اعتماد الوسيلة الإعلامية على المصادر الخارجية ضعف إمكاناتها وتراجع فرص تميزها، فتتشابه مع غيرها من الوسائل التي تنشر ذات الأخبار.

وسوف نستعرض أهم المصادر الخارجية للأخبار التلفزيونية، وهي:

1. وكالات الأنباء: تُعرف وكالات الأنباء بأنها مؤسسات تختص بجمع الأخبار والمعلومات والصور

عن الأحداث والموضوعات المهمة وتوزيعها على الأطراف المستفيدة بما في ذلك وسائل الإعلام⁽³⁾.

وذلك بموجب اتفاق أو عقد يتم بموجبه دفع نظير مالي أو خدماتي من الوسيلة لصالح الوكالة،

وتمثل وكالات الأنباء المصدر الخارجي الأكثر أهمية وبروزا ونشاطا خاصة بالنسبة للأخبار الخارجية⁽⁴⁾.

ولا تقف أهمية وكالات الأنباء عند عملية نقل الأخبار من أنحاء العالم المختلفة، بل تعدت ذلك

(1) - فتحي حسين عامر، الخبر الصحفي الإلكتروني، دار النشر للجامعات، ط1، القاهرة، 2013، ص62.

(2) - مرعي مذكور، الصحافة الإخبارية، دار الشروق، دط القاهرة، 2002، ص69.

(3) - بركات عبد العزيز، مرجع سابق، ص56.

(4) - محمود أدهم، فن الخبر، دط، دت، القاهرة، ص159.

لتقوم بدور حارس البوابة Keat Keepers فيما يتعلق بالأخبار المتداولة فهي التي تحذف وتحجب، وتتوخى وتنشر، وتمنع نشر أو تنشر أو تقرر أية معلومات دون سواها وتقوم بفرض آرائها وتفسيراتها للأحداث⁽¹⁾.

ومع تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أصبحت معظم هذه الوكالات تقدم أخبارها بشكل فوري على شبكة الأنترنت، ما جعلها تتعدى طبيعتها السابقة لتصبح مواقع إخبارية متكاملة وتعمل كوسيلة إعلامية وليس فقط كوسيلة مغذية لوسائل الإعلام، وقد جاء هذا التغيير في الدور الذي تقوم به الوكالة نتيجة الخروج إلى الشبكة ووصولها إلى المستهلك النهائي (المتصفح) مثلها مثل الصحف والراديو والتلفزيون⁽²⁾.

وتنقسم وكالات الأنباء إلى:

1.1. وكالات عالمية: يشهد العالم كما هائلا من المعلومات ويرجع هذا الدور الذي تلعبه وكالات الأنباء في تجميع وتوزيع الأخبار داخليا وخارجيا على كل الوسائل الإعلامية باختلاف أنواعها⁽³⁾، وقد اكتسبت الوكالات العالمية هذه الصفة لقدرتها على تغطية عواصم العالم وأهم المدن فيه وقدرتها على سرعة تغطية الأحداث ومتابعة الأخبار في أي مكان وبث هذه الأخبار إلى أي مكان كذلك، وهذا يعني أن لديها إمكانيات مادية وبشرية ضخمة⁽⁴⁾، وتتركز هذه الوكالات العالمية في دول الغرب الصناعي فهناك وكالتان في الولايات المتحدة الأمريكية هي الأسوشيايتد برس (AP)، واليونايتد برس (UP)، ووكالة رويترز البريطانية، وأخيرا وكالة الأنباء الفرنسية (AFP) وتقوم هذه الوكالات بجمع الأخبار من معظم أنحاء العالم. ومعظمها تتلقى إعانات من جانب الاتحادات أو الحكومات بصورة أو بأخرى⁽⁵⁾، ومع التغيرات التي حدثت على موازين القوى في العالم تراجعت أدوار ومكانة بعض الوكالات لصالح بروز وكالات جديدة.

(1) - سهام الشجيري، الاختلال الإخباري بين وكالات الأنباء الدولية والعربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام-جامعة بغداد، بغداد، 2006، ص 61.

(2) - حسين محمد نصر، الأنترنت والأعلام والصحافة الإلكترونية، دط، مكتبة الفلاح، الكويت، 2003، ص 215.

(3) - عرفة أحمد عامر، الأخبار والبرامج الإخبارية في الراديو والتلفزيون رؤية إسلامية، مكتبة الآداب، القاهرة، 2003، ص 21.

(4) - علي عباس فاضل، الصورة في وكالات الأنباء العالمية بين الاستمالة والافتناع، دار أسامة، عمان، 2012، ص 111.

(5) - إبراهيم إمام، وكالات الأنباء، دار الفكر العربي، ط 3، القاهرة، 1994، ص 37.

ونحاول هنا أن نتعرض إلى أهم هذه الوكالات العالمية:

- وكالة رويترز البريطانية **Reuters**: تعتبر رويترز ثالث أكبر الابتكارات الإعلامية في العالم، وكان قد تم إنشاء هذه الوكالة في لندن عام 1851، وقد استطاعت أن تحافظ على وجود عدد كبير من المراسلين يصل عددهم إلى 968 مراسلا يقومون بتغطية الأحداث في 77 دولة ويشارك في خدماتها 29300 مشترك على مستوى العالم وقد بلغت عائدات وكالات أنباء رويترز 1.87 بليون جنيه أسترليني عام 1993⁽¹⁾.

أما عن علاقة الوكالة بالحكومة البريطانية فترجع إلى بداية الثلاثينات من هذا القرن عندما ظهرت في العالم القوى الفاشية والنازية وتطورات دعايتها إلى حد تهديد حرية الإعلام تهديدا خطيرا، وأصبحت العداء بين الدول الديمقراطية والدول الديكتاتورية عداوة صريحة في الميادين السياسية والاقتصادية والعسكرية والإعلامية على سواء، ثم تطورت إلى الإعلام فأصبح دعاية جماهيرية شاملة سواء بالنسبة للداخل أو الخارج، وبدأت حرب الإذاعات وحرب الأفلام ودخلت وكالات الأنباء في تلك المعركة⁽²⁾.

وهكذا نجد أن وكالة الأنباء رويترز قد التزمت جانب الصدق وحسن العرض وحرية العمل، ولم تكن تذيع الأخبار التي ترضي السلطات البريطانية فقط، كما فعلت الوكالات في الدول الديكتاتورية، ولكنها كانت تنظر إلى الموقف نظرة واقعية موضوعية وترفض أن تكون مجرد بوق للحكومة أو وسيلة رخيصة للدعاية، وليس معنى ذلك أنها لم تقدم خدمات جليلة للحكومة البريطانية وقضية الحلفاء، بل على العكس من ذلك نجد أن هذا الموقف الشبيه بالحياد كان أعظم خدمة أدتها الوكالة بريطانيا وللعرب بوجه عام⁽³⁾.

وقد اكتسبت هذه الوكالة مكانة هامة بين مختلف الوكالات الأخرى وسيطرت بلا منازع على الخدمة الإخبارية واستطاعت أن تستجيب للتحديات والمنافسة، وذلك من خلال تكثيف مكاتبها وإرسال مراسليها عبر مختلف أنحاء العالم، إذ يتابع أخبار هذه الوكالة أكثر من مليار قارئ ومتابع لأخبارها بجميع أنواعها عبر الصحف والمحطات التلفزيونية (Online) والبنوك المصرفية، ويشارك في

(1) - سليمان صالح، الإعلام الدولي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص109.

(2) - إبراهيم إمام، وكالات الأنباء العالمية، مرجع سابق، ص96.

(3) - علي عباس فاضل، الصورة في وكالات الأنباء العالمية بين الاستمالة والاقناع، دار أسامة، عمان، 2012، ص51.

خدمات هذه الوكالة 6500 صحيفة و 400 محطة وتلفزيون، ويعمل في هذه الوكالة 5000 آلاف موظف وبكل الاختصاصات منتشرين حول العالم⁽¹⁾.

- وكالة أنباء أسوشيتد برس (AP) الأمريكية: تشير معظم المصادر العلمية إلى أن وكالة الأنباء أسوشيتد برس هي أكبر وكالة أنباء في العالم وأن هناك أكثر من بليون شخص يتعرضون لأخبارها كل يوم، وعن طريق شبكة مكثفة من الدوائر المرتبطة بالأقمار الصناعية تصل أخبار هذه الوكالة إلى 15500 وسيلة إعلامية وتستخدم هذه الوكالة خمس لغات في نقل الأخبار ومن بين الوسائل الإعلامية التي تعتمد على الأسوشيتدبرس في استقاء الأخبار ستة آلاف محطة وتلفزيون داخل الولايات المتحدة وخارجها⁽²⁾.

قد تم إنشاء هذه الوكالة عام 1948 وقد ساعدت الملكية التعاونية لهذه الوكالة على استقرارها وتطورها حيث أنها مملوكة بشكل تعاوني لستة ناشرين للصحف في الولايات المتحدة الأمريكية، كما دخلت وكالة أنباء الأسوشيتدبرس في سباق مع رويترز في مجال الخدمات الإخبارية للصورة، حيث تقوم الأسوشيتدبرس بتقديم خدمة الأفلام الإخبارية المصورة للمحطات التلفزيونية والأخبار المسموعة لمحطات الراديو.

- وكالة ليونيتدبرس إنترناشيونال: ظهرت هذه الوكالة سنة 1958 نتيجة لدمج وكالتي اليونيتدبرس أسوسيشن United Press Association وأنترناشيول نيوز سرفيس International News Service وتمتلك مجموعة سكريبس 95% من أسهمها ومجموعة هيرست بقية الأسهم، وتأتي هذه الوكالة الخاصة من ناحية حجم أنشطتها في ذيل الوكالات العالمية.

وهناك تضارب كبير في البيانات الخاصة بعدد الصحفيين في هذه الوكالة فبينما تذكر إحدى المصادر أن عدد الصحفيين العاملين بها يصل إلى 1873 صحفيا منهم 578 مراسلا خارجيا، تؤكد مصادر أخرى أن عدد المراسلين الخارجيين لا يتجاوز 242 مراسلا فقط وهناك أيضا بعض الشك في

(1) - حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، مرجع سابق، ص 77، 78.

(2) - زهرة بوجحفوف، مرجع سابق، ص 94.

الزعم الخاص بعدد الكلمات (11 مليون) الذي تدعي الوكالة أنها تقوم بتوزيعه يوميا⁽¹⁾.

كما ان الأزمة التي تمر باليونان تدبرس إنترناشيونال وتعرضها للاختيار يشير إلى أن المستقبل يحمل الكثير من المخاطر والتحديات لوكالات الأنباء الكبرى حتى بالرغم من قوتها ووجود الكثير من المشتركين فيها، تلك أن زيادة القوة والفساد داخلها، وهو ما يمكن أن ينطبق على الكثير من الشركات الأمريكية وليس اليونان تدبرس فقط⁽²⁾.

- وكالة الأنباء الفرنسية **AFP**: تعتبر هذه الوكالة أول وكالة أنباء تنشأ في العالم، حيث نشأت عام 1832، وكان قد أعيد تنظيم هذه الوكالة عام 1957 ووضع نظام خاص لها يوفر الاستقلال عن الحكومة الفرنسية.

وتشير الإحصائيات إلى أن هذه الوكالة تبث 3 مليون كلمة يوميا إلى 12500 مشتركا في 144 دولة ويصل عدد مراسليها الدائمين إلى 550 مراسلا في 180 دولة. كما أن هذه الوكالة تتلقى معظم دخلها من الحكومة الفرنسية كما تقوم الحكومة الفرنسية بتقديم دعم لوكالة الأنباء الفرنسية مقابل توفير الأخبار مجانا لدول العالم الثالث التي كانت تستعمرها فرنسا، كما أن وكالة الأنباء الفرنسية لم تستطع أن تدخل المنافسة في مجال الأخبار التلفزيونية المصورة، ولذلك تزايدت شكاوى فرنسا من التبعية لـ و.م.أ وبريطانيا في مجال الأخبار التلفزيونية المصورة⁽³⁾.

وينص القانون الأساسي للوكالة على أنها مؤسسة عامة ذات شخصية معنوية واستقلال مالي، ويعين مديرها العام بموجب مرسوم، كما تحصل الوكالة على إعانة سنوية من ميزانية الدولة، وتؤكد الحكومة الفرنسية على أن المساعدة المالية لا تؤثر بحال من الأحوال على استقلال الوكالة وحيادها التام. ويخضع نشاطها لثلاثة التزامات سياسية هي:

- لا يجوز للوكالة بأي حال من الأحوال أن تتأثر بأي نوع من النفوذ أو أي شكل من الاعتبارات التي من شأنها أن تعرض صحة الأنباء للخطر أو موضوعاتها للضرر.

(1) - سليمان صالح، الإعلام الدولي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، 2003،، 114.

(2) - سعيد محمد السيد، حسن عماد مكاوي، مرجع سابق، ص 76.

(3) - زهرة ببوجنفوف، مرجع سابق، ص 57.

- يجب على الوكالة أن تزود عملاءها سواء الفرنسيين منهم والأجانب بحزمة منتظمة ومستمرة من المعلومات والأخبار الصحيحة الصادقة والجديرة بالثقة.

- تلتزم الوكالة بأن تكون لها صفة عالمية من حيث الانتشار وقوة المصادر وتعددتها، كما تؤمن بوجود شبكة المؤسسات التي تستطيع أن تمنحها تلك الصفة⁽¹⁾.

وتتولى مكاتب الوكالة مهمة أساسية هي تصنيف الأخبار واختيارها وكتابة المقدمات لها بحيث تتفق في نهاية الأمر مع الجماعات الموجهة إليها وتقوم أحيانا بترجمتها إلى اللغة المحلية، كما تفعل الوكالة في مصر، حيث توزع نشراتها باللغة العربية بعد ترجمتها في وكالة أنباء الشرق الأوسط، فالأخبار التي ترد إلى الوكالة من مصادرها المختلفة لا يعاد توزيعها بحذافيرها، وإنما يجري تصنيفها وتبويبها وفقا لأهميتها وتبعاً للمناطق الجغرافية والسياسية التي تنتظرها وتُعنى بها⁽²⁾.

2.1. وكالات إقليمية: وهي وكالات وطنية تحولت إلى مراكز لتبادل الأخبار بين عدة دول وتقع في منطقة واحدة أو بين دول متجاورة⁽³⁾ ومن أمثلتها وكالة الأنباء الإسلامية (إينا)، وتجمع وكالات دول عدم الانحياز، ووكالة الأنباء الإفريقية، وهي ذات أهمية من الأنواع السابقة وتمثلها مجموعات وكالات الأنباء على أساس أيديولوجي أو ديني أو عرقي أو جغرافي⁽⁴⁾.

3.1. وكالات وطنية أو محلية: وتقوم هذه الوكالات بجمع المعلومات من البلد الذي تعمل فيه ثم تعالجها وترسلها إلى الخارج، أما الأخبار التي تصلها من الخارج فتُنشرها في بلدها، وبصرف النظر عن كونها تملك مكاتب للمراسلين في دول أخرى فهي بجوهرها وكالات وطنية⁽⁵⁾.

وهي تمثل جهازاً إخبارياً يمثل المصدر الإخباري الرسمي للدولة في تغطية الأخبار الرسمية بشكل خاص ويمثل رمزاً للسيادة الوطنية وتشرف عليه الحكومات تمويلاً وإدارة، وكثير من هذه الوكالات ذات

(1) - إبراهيم إمام، وكالة الأنباء العالمية، مرجع سابق، ص 59.

(2) - سعيد محمد السيد، حسن مكاوي، مرجع السابق، ص 73.

(3) - فريد يوسف مصطفى، وكالات الأنباء بين الماضي والحاضر، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2011، ص 65.

(4) - حسن نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير في عصر المعلومات الخبر الصحفي، دار الكتاب الجامعي، ط 1، العين، 2003،

ص 134.

(5) - فريد يوسف مصطفى، المرجع السابق، ص 64.

استقلالية إدارية وإن كانت في مسارها الإخباري ملتزمة بسياسة الحكومة التي قد تضطرها أحيانا لتجاهل التغطيات لبعض الأخبار أو الاختصار على جزء منه⁽¹⁾.

4.1. وكالات أنباء خاصة: وهي وكالات لا تتبع الدولة إنما أسستها شركات إعلامية وصحافيون أو حتى أحزاب، وحقق بعضها مكانة في التغطية والمتابعة في المحلية مثل وكالة قدس بري، ووكالة معا الإخبارية ووكالة صفا المحلية.

3.1. تصنيف المؤتمر العالمي لوكالات الأنباء:

هناك تصنيف آخر لوكالات الأنباء حدده المؤتمر العالمي لوكالات الأنباء الذي عقد في موسكو في 2004 بمشاركة 124 وكالة أنباء وذلك على النحو الآتي:⁽²⁾

1.3.1. الوكالات الوطنية: وتمثل المصدر الإخباري الرسمي للدولة في تغطية الأخبار، وتمثل رمزا للسيادة الوطنية وتشرف عليها الحكومة.

2.3.1. الوكالات المتعددة الجنسيات: وهي التي تعمل في الإطار الإقليمي، منها ما هو في إطار قاري مثل وكالات الأنباء الإفريقية PANA التي أنشئت عام 1983 من الدول الإفريقية، ومنها ما هو نوعي مثل وكالة الأنباء الإسلامية (إينا)، وجاء هذا النوع للتغلب على ضعف الإمكانيات لبعض الدول ومواجهة سيطرة الوكالات العالمية.

3.3.1. الوكالات شبه العالمية: وهي وكالات تأتي في مرتبة ثالثة للوكالات العالمية من حيث الانتشار والمهنية، وتتبع دولا قوية اقتصاديا وسياسيا، ومنها وكالة الأنباء الألمانية DPA، ووكالة كيدو اليابانية وشينخوا الصينية، وإيرانا الإيرانية، ويمكن إضافة لهم وكالة الأناضول التركية.

4.3.1. الوكالات العالمية: وتقاس بضخامة حجمها وانتشارها الواسع وعدد العاملين فيها، وكثرة مكاتبها وسيطرتها على التدفق الإخباري وقوتها الاقتصادية وقوة دولها سياسيا، وهي تنحصر في خمس وكالات: وكالة يونايتد برس الأمريكية، وكالة أسوشيتد برس الأمريكية، وكالة رويترز، وكالة الأنباء الفرنسية، ووكالة تاس الروسية.

(1) - فريد يوسف مصطفى، مرجع سابق، ص 66.

(2) - المرجع نفسه، ص 65-70.

5.3.1. الوكالات المتخصصة: وهي تقدم خدمات إخبارية متخصصة في مجال معين، كالشؤون الاقتصادية أو الرياضية⁽¹⁾.

4.1. تأثير وكالات الأنباء على القيم الإخبارية والمهنية:

لقد ذكر الدكتور وليد رشيد العبيدي⁽²⁾ العديد من التأثيرات لمصادر الأخبار على القيم الإخبارية والمهنية وهي كالآتي:

- تقوم وكالات الأنباء بتوجيه الأنباء إلى أخبار معينة دون أخرى بطرق عديدة.
 - تؤثر الوكالات على طريقة رؤساء أقسام الأخبار لعمل مندوبيهم ومراسليهم.
 - تؤثر وكالات الأنباء على طريقة توزيع وسائل الاتصال لمراسليها لتغطية الأحداث الهامة.
 - تصدر وكالات الأنباء سجلا يوميا بالأحداث المتوقع حدوثها في المدن الكبرى.
 - تقدم وكالات الأنباء -بشكل غير مباشر- النموذج الذي يتعرض له المسؤولون عن التحرير.
- ومن الواضح جدا أن الهيمنة العالمية على الإعلام وصناعة المعلومات يتمثل في الهيمنة الغربية والأمريكية بالدرجة الأولى وهذا يخضع إلى التأثير السياسي والأيدولوجي وإلى القدرة الاقتصادية والتقاليد العريقة لوسائل الإعلام فوق الأراضي الأمريكية، وخروجها بذلك إلى العالم إنتاجا عريقا وكبيرا مسيطرة على أهم وكالات الأنباء الكبرى في العالم والشبكات التلفزيونية والصحافة المكتوبة وحتى الأنترنت كوسيلة اتصالية جديدة، كل هذه العوامل سمحت بإحداث تأثير كبير في الإعلام الدولي والمحلي وفي قيمه الإخبارية⁽³⁾.

وتتفق الباحثة مع هذا الطرح وترى أن المصادر الإخبارية لها دورا كبيرا ومهما في توجيه وانتقاء واختيار الأخبار ونشرها وتحدد ذلك بدرجة كبيرة العلاقة بين المراسل والمصادر من جهة ومدى تأثير هذا الأخير على المادة الإخبارية، ومن جهة أخرى علاقة المراسل بسياسة المؤسسة الإعلامية.

(1) - فريد يوسف مصطفى، مرجع السابق، ص 65-70.

(2) - وليد رشيد العبيدي، مرجع سابق، ص 146.

(3) - المرجع نفسه، ص 147.

5.1. الانتقادات الموجهة لوكالات الأنباء الدولية:

لقد وُجّهت العديد من الانتقادات للوكالات العالمية للأنباء خاصة وأن موثاق الشرف المهنية تؤكد على الالتزام بالموضوعية والدقة والحياد، وتندرج هذه الانتقادات تحت صنفين هما:

1.5.1. الانتقادات المهنية:

تتلخص أهم الانتقادات المهنية التي يوجهها بعض المتخصصين في وكالات الأنباء الدولية فيما يلي⁽¹⁾:

- إن وكالات الأنباء الدولية تحرص على السبق الإخباري، أكثر من حرصها على التحقق من صحة الأخبار، فهي تعمل تحت ضغوط الوقت، وتسابق الزمن وتتنافس مع بعضها البعض لتحقيق السبق الإخباري حتى لو جاء ذلك على حساب التأكد من صحة بعض الأخبار.
- تقع وكالات الأنباء الدولية في أخطاء فادحة عند ترجمة بعض الأخبار من لغة إلى لغة، كما تقع في أخطاء تتعلق بالتعبير عن الحدث الأمر الذي يفسد القصة الإخبارية ويشوه معناها الحقيقي.
- تعتمد وكالات الأنباء الدولية تحريف صياغة بعض الأخبار سواء كان ذلك من خلال حذف أجزاء من الخبر، أو إضافة معلومات مختلفة، أو اختيار الكلمات والتراكيب اللغوية التي تجعل الخبر متحيزاً أو غير موضوعي.
- إن وكالات الأنباء الدولية تعتمد في بعض الأحيان على مراسلين من مواطني الدول أو المناطق التي تقع فيها الأحداث، وعلى الرغم من أن بعض هؤلاء المراسلين ذوو كفاءة إلا أن هناك مراسلين آخرون يكونون:⁽²⁾

- أمّا غير مؤهلين تأهيلاً كافياً.
- أو منحازين لأطراف وأفكار معينة.
- أو واقعين تحت طائلة الخوف من حكومتهم.
- أو غير متفرغين.

(1) - بركات عبد العزيز، مرجع سابق، ص 60.

(2) - المرجع نفسه، ص 61.

• أو ينقصهم الاهتمام الكافي بالعمل الإعلامي.

- إن وكالات الأنباء الدولية تعتمد الاستعانة ببعض المتخصصين المعروف عنهم التحيز لأفكار معينة للتعليق على بعض الأحداث وتفسيرها بما يتفق ومآرب وأهداف قوى معينة.

- إن وكالات الأنباء الدولية تركز على مناطق معينة دون أخرى، وعلى نوعيات أخبار دون نوعيات أخرى... الأمر الذي أصبح معه الأخبار الإذاعية والتلفزيونية غير متوازنة إذ تتأثر بعدم التوازن الحاصل في ممارسات وكالات الأنباء⁽¹⁾.

وترى الباحثة أن هذه الانتقادات المهنية لها ما يدل عليها في الواقع العملي لوكالات الأنباء الدولية، وهي كذلك تشكك في موضوعية وحياد ودقة الأخبار التي تكون وكالات الأنباء الدولية مصدرا لها.

2.5.1. الانتقادات السياسية والأيدولوجية:

لقد وجه العديد من المتخصصين جملة من الانتقادات السياسية والأيدولوجية لوكالات الأنباء الدولية لخصها الدكتور بركات عبد العزيز كما يأتي:⁽²⁾

- إن وكالات الأنباء الدولية الغربية تتحيز لسياسات حكوماتها فهذه الوكالات مجرد أدوات سياسية.

- إن وكالات الأنباء الدولية لعبت ومازالت تلعب دورا ملموسا في نشر الأخبار والمعلومات التي تنشر البغضاء والكراهية بين الشعوب.

- تعتمد وكالة الأنباء الدولية للترويج للأخبار والتقارير "التي تشجع سباق التسلح التقليدي في الدول النامية بهدف استنزاف موارد هذه الدول في شراء وتخزين أسلحة متطورة، وفي الوقت نفسه تدعيم صناعة السلاح في الدول المتقدمة وتقوية اقتصادها.

- تستخدم وكالات الأنباء الدولية المصطلحات والأفكار نفسها التي تستخدمها القوى الكبرى في غمار سعيها للسيطرة على مقدرات الدول النامية، فهذه الوكالات تستخدم مصطلح "الإرهاب" وكذلك مصطلح "الأصولية" ومصطلح "التطرف" في سياق الحديث عن الإسلام والمسلمين، وتعمل

(1) - بركات عبد العزيز، مرجع سابق، ص 61.

(2) - المرجع نفسه، ص 62.

على ترويج هذه المصطلحات والأفكار المرتبطة بها لتأكيد المبررات التي تقدمها القوى الكبرى لحروبها ضد الدول الأخرى.

- تعتمد وكالات الأنباء بث التقارير التي تستثير التفرقة العنصرية في المجتمعات وإذكاء الصراع داخلها، وعادة ما تكون هذه التقارير متحيزة لطرف معين ضد الطرف الآخر أو الأطراف الأخرى، كما تركز وكالات الأنباء الدولية على الأخبار المتعلقة بالأقليات الدينية والعرقية واللغوية من منظور يهدف إلى إذكاء روح التمرد وعدم الاستقرار في كثير من الدول مثل المسلمين والمسيحيين في مصر، والسنة والشيعية في دول الخليج العربي، والعرب والأكراد في سوريا والعراق، والعرب والأفارقة في السودان، والعرب والأمازيغ في دول المغرب العربي، والشيعية والسنة والموارنة في لبنان، والعرب والفرس في إيران، والسيخ والهندوس في الهند... إلخ.

- تعمل وكالات الأنباء الدولية على الترويج للنموذج الغربي في كافة المجالات باعتباره النموذج الأمثل من خلال التركيز على إيجابياته، والتغاضي عن سلبياته وجوانب القصور فيه بهدف سيادة الثقافة الغربية ونشرها في المجتمعات الأخرى.

- تعتمد وكالات الأنباء الدولية بث التقارير والمعلومات القائمة على توقعات بارتفاع أو انخفاض أسعار السلع والخدمات الاستراتيجية (كالنفط، والمحاصيل الغذائية، والمعادن...) الأمر الذي يشيع الاضطراب ويهدد الأمن والاستقرار في العالم ويفاقم التقلبات الاقتصادية الدولية وعدم استقرار الاقتصاد الدولي.

- تتجاهل وكالات الأنباء الدولية ممارسات الدول الغربية التي تلحق أضرار فادحة بالبيئة وتؤثر سلبا في المناخ وتعمل على انتشار التلوث النووي وغير النووي وتحرص تلك الوكالات على الترويج للأفكار التي تبرئ ساحة الدول الصناعية من مشكلات البيئة والمناخ⁽¹⁾.

وترى الباحثة أن أهم الانتقادات الموجهة للوكالات الدولية للأنباء لها جانب من الصحة، ولا يمكن قبولها دون مناقشة وأنه من الصعب قبول فكرة أن ممارسات وكالات الأنباء دائما ضد مصلحة الدول الضعيفة أو أنها دائما مع مصلحة الدول القوية والمتقدمة، وكذلك لا يجب الخلط بين سياسات الحكومات والدول الغربية والممارسات المهنية لوكالات الأنباء الدولية دائما.

(1) - عبد العزيز بركات، مرجع سابق، ص 65.

2. محطات الإذاعة والتلفزيون المحلية والأجنبية:

تعد شبكات الإذاعة والتلفزة المحلية والأجنبية من المصادر العامة في الحصول على الأخبار، وازدادت أهمية هذه المصادر، في ظل ثورة الاتصالات التي عمت العالم، وانتشار المحطات الفضائية وظهور البث الفضائي المباشر عن طريق الأقمار الصناعية، وعبر الأنترنت وتزداد أهمية الإذاعات ومثلها شبكات التلفزة المحلية عندما تقع بعض الظروف الطارئة في دولة ما كإقلاب أو حرب أهلية أو كارثة طبيعية، تضطر الدولة لأن تغلق أبوابها أمام الصحفيين والإعلاميين فتصبح الإذاعات المحلية المصدر الوحيد لأخبارها في تلك الظروف⁽¹⁾.

ولأهمية هذه المصادر يوجد في كثير من الصحف قسم للاستماع أو الالتقاط ويتكون من مجموعة من الكيائن التي تضم أجهزة استقبال إذاعية وأجهزة تسجيل دقيقة جدا تقوم عن طريقها الصحف ووسائل الإعلام باستقبال وتسجيل ما تذيعة المحطات⁽²⁾.

وقد تجلى ذلك بوضوح خلال الحرب الأمريكية على حكومة طالبان في أفغانستان حيث منعت طالبان جميع الصحفيين من دخول أفغانستان وسمحت لمراسل قناة الجزيرة القطرية بتغطية الحرب وكان من نتيجة ذلك أن اعتمدت كل الصحف والمحطات الإذاعية والتلفزيونية في العالم على ما تبثه قناة الجزيرة من أنباء⁽³⁾.

3. الصحف المحلية والأجنبية:

تكون الصحف والمجلات سواء المحلية أو الأجنبية في كثير من الأحيان مصدرا مهما للأخبار تأخذ عنها وسائل الإعلام الأخرى، خاصة عندما تنفرد هذه الصحف والمجلات بنشر خبر مهم أو وثيقة خطيرة تحصل عليها عن طريق مصادرها الخاصة وكذلك عندما تنفرد بإجراء لقاء أو حديث صحفي مع الزعماء والشخصيات المهمة⁽⁴⁾.

(1) - المرجع السابق، ص 192

(2) - فاروق أبو زيد، الصحافة المتخصصة، عالم الكتب، ط 1، القاهرة، 2008، ص 28.

(3) - محمد الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2012، ص 195.

(4) - فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، مرجع سابق، ص 178.

وترى الباحثة أن الصحف والمجلات العالمية المشهورة تعتبر مصدرا مهما للأخبار وذلك للإمكانيات الكبيرة التي تتوفر عليها لكثرة المراسلين المنتشرين في العديد من الدول والمواقع الساحنة كواشنطن بوست، والجارديان، واللوموند، والنيويورك تايمز.

4. شبكة المعلومات والمواقع الإخبارية على الأنترنت:

تعد شبكة الأنترنت وما تحتويه من مواقع إخبارية متعددة الأوجه، من أهم المصادر في الحصول على الأخبار في الوقت الحاضر لأنها غنية بالمعلومات من مختلف أنحاء العالم، ويقول السيد ياسين " أنها إحدى أفضل الطرق لتداول المعلومات في العالم، كما أنها تعد من أسرع الوسائل لتبادل المعلومات، حيث أنها تربط الملايين من شبكات الكمبيوتر المنتشرة في أنحاء العالم، وقد حقق ذلك ما يسمى اليوم بمجتمع المعلومات" (1).

وأتاح الإعلام الجديد حرية واسعة في الانتقاء والمقارنة من خلال الاطلاع السريع على العديد من المصادر المختلفة والرؤى والخلفيات النتيجة التي يراها أقرب إلى الحقيقة دون أن يظل أسيرا لرؤية مخصوصة (2).

وهناك العديد من الخصائص المتعلقة بالتغطية الصحفية تنبعث من سمات الأنترنت الذي يعد مصدرا للحصول على المعلومات، وأداة اتصال بالمصدر كما تساعد خصائصه وتطبيقاته الصحفي على القيام بتغطية متكاملة لحدث ما دون مغادرة مكتبه أو موقعه إضافة إلى توافر عدة مصادر تتناول الحدث ذاته على شبكة الأنترنت، ما يساعد على تكوين صورة موضوعية على طبيعة الأحداث والموضوعات (3).

ولا يمكن إغفال الجانب السلبي لسهولة تأسيس وإطلاق مواقع إلكترونية أو صفحات على شبكات التواصل الاجتماعي، على صعيد عدم التوثق من مصداقية بعض الصفحات وفتح المجال لانتشار الاشاعات والأخبار غير الدقيقة.

(1) - السيد ياسين، المعلوماتية وحضارة العولمة، دار النهضة، مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص12.

(2) - خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2013، ص146.

(3) - ماجد سالم ترينان، الأنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص142-145.

فالمعلومات على الأنترنت كما يقول رضا عبد الواحد أمين "يمكن أن تضلل، ولا يمكن التأكد من دقتها ولا معرفة مصدرها كما أن مصادرها يمكن أن تزيف المعلومات، أو تستخدم الادعاءات الملفقة، كما تختلط بها الحقائق بالإعلانات والدعاية"⁽¹⁾.

وترى الباحثة أن الأنترنت تشكل مصدرا مهما للمعلومات والأخبار سواء للجمهور وحتى للصحفيين ولوسائل الإعلام، لما تتمتع به من خصائص المرونة والسرعة والانتشار والتفاعلية والتخزين واسترجاع المعلومات بسهولة ويسر.

5. المؤتمرات الصحفية:

تنثل المؤتمرات الصحفية واحدة من أكبر وسائل وأطر وأوعية نقل الأخبار، وما وراء الأخبار وحتى الأفكار والتوجهات والقضايا والمواقف وردود الأفعال والأحداث والصور والوجوه⁽²⁾.

ويعد المؤتمر الصحفي شكلا من أشكال الحديث الصحفي و"هو عبارة عن حديث تدلى به إحدى الشخصيات الهامة في حضور أكثر من صحفي وذلك لشرح سياسة معينة أو مناقشة قضية تهم الرأي العام المحلي أو الدولي أو الإدلاء بأخبار تمس حدثا من الأحداث الهامة"⁽³⁾.

ومما يؤخذ على المؤتمرات الصحفية من حيث كونها مصادر للأخبار.

- أن ما تدلى به الشخصيات متاح للجميع ولصالح جميع الإعلاميين.
- أن المتحكم في مسار الحديث هو المسؤول وليس رجل الإعلام.
- يستطيع المسؤول أن يتوجه بالحديث إلى من يشاء، ويغفل الإجابة عما لا يريد من أسئلة فيتجنبها تماما بأسلوب أو بآخر.
- لا يتيح المؤتمر فرصة لمزيد من الاستفسار بشأن ما يقال فيه من معلومات أو فرصة اختبار المصداقية.
- لا يحقق سبق ولا التميز النسبي بين مندوب إعلامي وآخر⁽⁴⁾.

(1) - رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص86.

(2) - محمود أدهم، المؤتمرات الصحفية إعدادها، إدارتها، تغطيتها، تحريرها، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998، ص8.

(3) - فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، مرجع سابق، ص83.

(4) - نعمات عثمان، مرجع سابق، ص30-31.

وترى الباحثة أنه لا يمكن إغفال المؤتمرات الصحفية كمصدر هام للمعلومات والأخبار ويمكن تجاوز المآخذ المذكورة سابقا من خلال أساليب يستخدمها المراسل في تغطيته الصحفية كالمتابعات والأسئلة مع الشخصية أو المسؤول على هامش المؤتمر الصحفي.

6. الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية:

هناك العديد من الأخبار التي تحصل عليها الصحف من الوزارات والهيئات الرسمية والشعبية ومن الشركات والمؤسسات العامة والخاصة ومن أقسام الشرطة والمحاكم والمستشفيات... إلخ⁽¹⁾.

7. الوثائق:

وهي الأوراق والأشرطة المسجلة أو المصورة التي تكشف عن وقائع جديدة متعلقة بواقعة معروفة أو مجهولة ومثل هذه الوثائق تعد سبقا صحفيا مهما لمن يحصل عليها لأنها وإن كانت من المصادر العامة التي تخص صحيفة بعينها إلا أن قيمتها تظل مرهونة لمن يكشف عنها ويتوصل إليها فقط⁽²⁾.

ثانيا: المصادر الأولية:

وهي المصادر التي يتعلق بها الحدث أو من كشف النقاب عن معلوماته⁽³⁾، فالقتيل في انفجار والشرطة وأفراد النيابة التي حققت في الحادث، والمصادر الطبية التي فحصت الجثة، وأفراد أسرة هذا الشخص الذين عبروا عن مشاعرهم اتجاه الحادث وكذلك شهود العيان، كلهم يمثلون المصادر الصانعة للخبر.

ويستخدم الصحفيون المصادر الأولية في تغطيتهم للأخبار، وقد يكون المصدر الأولي مقابلة مع شخص تعامل مباشرة مع الحدث أو الموضوع، أو وثيقة أصلية تتعلق بذات الموضوع، كما أن الصحفي كشاهد عيان يعتبر مصدرا أوليا⁽⁴⁾.

ويطلق فاروق أبو زيد على مصادر صانعة الخبر "مصادر أخبار المندوب الصحفي" وذلك على أساس أنه إذا كان المندوب هو أحد مصادر الصحيفة فإن لهذا المندوب مصادره التي يحصل منها على

(1) - عبد الرزاق الدليمي، الخبر في وسائل الإعلام، دار المعرفة الجامعية، ط1، القاهرة، 2008، ص55.

(2) - كرم شلي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، مرجع سابق، ص114.

(3) - حسني نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير الصحفي في عصر المعلومات الخبر الصحفي، دار الكتاب الجامعي، ط1، العين، ص91.

(4) - أحمد موسى قومي، ضمير الصحافة، مكتبة مدبولي، ط1، القاهرة، 2008، ص38.

هذه الأخبار وتضم هذه المصادر كبار الشخصيات الرسمية والشعبية والمحلية والأجنبية ونجوم الحياة الاجتماعية⁽¹⁾ وفي بعض الحالات يكون المندوب الصحفي هو نفسه صانع الخبر بالإضافة إلى كونه المصدر النقل عن الخبر⁽²⁾ فهو قد يرى الحدث ويتابعه بعد ذلك ينقله إلى الناس.

1. أنواع المصادر الأولية:

هناك نوعان للمصادر الأولية وهي:

1.1. المصادر الرسمية: وتمثل أصحاب الوظائف والمهام والمناصب في المؤسسات والدوائر الحكومية وأيضا المنظمات المختلفة وهم بحكم مناصبهم لهم علاقة أو صلة بالمعلومات في مجال نشاطهم وعملهم⁽³⁾.

2.1. المصادر غير الرسمية: وتمثل الجهات الشعبية والمجتمعية الأخرى في المجتمع، إلى جانب الأفراد والجماعات والهيئات كمصادر صانعة للخبر، تبرز الطبيعة وما تحمله من ظواهر متوقعة وغير متوقعة تؤثر في حياة الإنسان كمصدر من أهم المصادر، التي تصنع الأخبار في العالم المعاصر فالزلازل والبراكين والأعاصير والطقس السيء كلها ظواهر طبيعية تصنع الأخبار، وفي حالات قد يكون الصحفي نفسه صانع الخبر وفي الوقت نفسه ناقله⁽⁴⁾ وهناك مصادر أخرى للأخبار تختلف وتتنوع حسب طبيعة كل صحيفة وتخصصها ولونها السياسي وسياستها التحريرية مثل أصدقاء وزملاء ومعاوني الشخصيات البارزة في المجتمع والحفلات والمهرجانات واللجان الرسمية والشعبية والمجلات المتخصصة والإعلانات ورسائل القراء وحتى الشائعات تشكل إلهاما للأخبار المثيرة⁽⁵⁾.

ثالثا: المصادر المجهلة:

قد يضطر الصحفي في أحيان عديدة إلى تجهيل مصادره، بإظهار معلومة مهمة للجمهور قد يلزم الصحفي بإخفاء مصدرها في حالات عديدة منها أن يتسبب الإفصاح عن هذه المعلومة في إيذاء

(1) - فاروق أبو زيد، الصحافة المتخصصة، مرجع سابق، ص210.

(2) - حسن نصر، سناء عبد الرحمن مرجع سابق، ص85.

(3) - نعمات عثمان، مرجع سابق، ص78.

(4) - المرجع نفسه، ص87.

(5) - عبد الرزاق الديلمي، مرجع سابق، ص56.

المصدر أو عندما يطلب المصدر عدم الافصاح عن هويته خشية الوقوع تحت طائلة القانون وأحيانا يعتقد المصدر اتفاقا مع الصحفي بأن يمرر له معلومات عالية الدقة والأهمية شريطة ألا يرتبط اسمه أو وظيفته بهذه المعلومة.

والمصادر المجهلة هي مصادر المعلومات التي يعتمد الصحفي أو الصحيفة عدم ذكر اسمها سواء بطلب منها أو بدون طلب، وتجهيلها أو حجبها عن المتلقي (القارئ) ⁽¹⁾.

وتنقسم المصادر المجهلة إلى نوعين:

1. التجهيل على مستوى المحرر: في هذا النوع لا تذكر الوسيلة الإعلامية اسم المندوب أو المراسل أو الوكالة مصدر الخبر، وتتركه بدون تحديد وفي حالات تكتفي بذكر اسم الصحيفة، وهو نوع من أنواع التجهيل وإن كان يجري استخدامه في حالة أخبار العلاقات العامة التي ترد الصحيفة ويقوم بتحريرها المحررون العاملون بالصحيفة.

2. تجهيل المصدر الأولي للخبر: أي قيام الصحيفة بنشر مواد وأخبار دون الإشارة إلى اسماء المصادر التي أدلت بها سواء كانوا أشخاص، أم جهات ⁽²⁾ وفي هذا النوع يتم تلافي استخدام النصوص المباشرة والصريحة في الإسناد للمصادر ولتحقيق ذلك يستخدم الصحفيون عبارات غامضة في نسبة النصوص والتعليقات على النحو الآتي ⁽³⁾:

- استخدام المني للمجهول: مثل عُلِمَ - نُقِلَ عن.
- نسبة المصادر إلى مصادر غير محددة مثل: مصادر مقربة من الرئيس تقول (...)، نقلا عن مصادر موثوقة عادة، مصادر غير محددة رفضت الافصاح عن هويتها.....
- استعمال التعميم المقنع: مثل يقول المطلعون، يذكر العارفون بالأمور، علم من مصادر رفيعة المستوى، مصادر غير مشكوك فيها...

⁽¹⁾ - نزار عبد الغفار السامرائي، الأخبار المجهلة المصادر في الصحافة العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة بغداد، 2014، ص56.

⁽²⁾ - أميرة عبد الفتاح، استخدام الأخبار المجهلة في الصحف المصرية دراسة المضمون والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب جامعة عين الشمس، القاهرة، 2008، ص23.

⁽³⁾ - عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص33.

3. تصنيفات المصادر الأولية المجهلة:

بعض المؤسسات الإعلامية توصي صحافييها عند إسناد معلوماتهم لمصادر مجهلة أن يصنفوها وفق آلية معينة إلى:

- مصدر مخول أو مختص: وهو أفضل المصادر الخفية، ومنها وزير الدفاع الذي يكون مخولا ومختصا في شؤون الدفاع، وهو ليس كذلك في شؤون المالية مثلا.
- مصدر رسمي: هو الذي يمتلك المعلومات ضمن نطاق وظيفته وبصفته الرسمية ولكنه محصور في مجال وظيفته أيضا على الرغم من كونه غير مخول (إلى حد ما) بالإفصاح عن معلوماته للصحفيين.
- مصادر محددة أو معينة: ومنها مصادر دبلوماسية ومصادر المؤتمر، ومصادر استخباراتية وغيرها.
- ويذهب المختصون بلغة الإعلام إلى أن استخدام الصفات (مصدر موثوق أو مصدر مخول) تستعمل لمصدر بدرجة وزير أي استعمالها يدل على عزو الخبر إلى مصدر موثوق منه ⁽¹⁾، غير أن استخدامها يدخل ضمن التجهيل والإيحاء بإعطاء ثقة في الخبر.

4. إرشادات يجب مراعاتها عند استخدام المصادر المجهلة:

يوصي الخبراء بمجموعة من الإرشادات حال اضطر الصحفي للاعتماد على مصادر مجهولة تتضمن ⁽²⁾:

- توثيق المعلومات بالاستعانة بمصادر أخرى حتى لو لم تذكر اسمها، بهدف التأكد وتعدد المصادر.
- يجب ذكر اسم المراسل الصحفي في رأس الخبر الذي يعتمد على المصادر المجهولة لكي تكون مسؤولية مضمون القصة بما فيها تعليقات المصادر المجهولة على عاتق شخص معين ووجود اسم المراسل على رأس القصة يعد مقياسا لتقدير صدق القصة.
- الموافقة على عدم ذكر الاسم يجب ألا تكون الخيار والحل الوحيد والحل الأول عند التعامل مع المصدر.

⁽¹⁾ - هيام فهمي إبراهيم، أبحاث في لغة الإعلام، دار الفراهيدي للنشر والتوزيع، ط، 1 بغداد، 2012، ص 166.

⁽²⁾ - هيربرت ستزنز، المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، ترجمة سميرة أبو سيف، الدولية للنشر والتوزيع، ط2، القاهرة، 1986، ص 121، 138، 137.

ومن القواعد الأخرى⁽¹⁾:

- أن يتم حث الصحفيين على عدم استخدام المعلومات التي تقدم لهم بشكل سري إلا أنه كأساس للبحث عن هذه المعلومة وللتأكد من صحتها عند مصادر أخرى.
- على الصحفيين أن يقدموا للقارئ أكبر قدر من المعلومات الممكنة عن المصادر التي طلبت عدم الكشف عن هويتها.
- يجب أن يعلم رئيس التحرير بهوية المصدر إذ أنه هو الذي يقرر نشر أو عدم نشر القصة الصحفية.
- أن تكون المادة متعلقة بمعلومات وليس بآراء ومواقف.
- أهمية المعلومات المستقاة من المصادر المجهلة وعدم امكانية الاستغناء عنها.
- لا بد للصحفي أن يكون على دراية وإحاطة بشخصية المصدر المجهل واتجاهاته ودوافعه وخبرته.
- حماية المصدر واجب مقدس وتعد مبدأ رئيسي في الصحافة وقد تؤدي إلى المساءلة والمخاطر التي تترتب على هذه المسؤولية المهنية.
- عدم استخدام المصادر المجهلة عندما تكون المعلومات التي تقدمها متاحة بيسر ويمكن الحصول عليها من قبل مصادر صريحة.
- عند استخدام المصدر المجهل على الصحفي أن يستشير ويحصل على موافقة المحرر المسؤول عن الوسيلة الإعلامية⁽²⁾.

وترى الباحثة أن هذا النوع من المصادر يحمل فرصة كبيرة للتلاعب والتضليل الإعلامي حيث أن بعض الصحفيين يقوم بفبركة الاقتباسات وينسبها إلى مصادر مجهولة أمّا تجنباً لمشغلة البحث عن الأخبار والجري وراء المصادر لنقلها وأمّا لنشر مغالطات يهدف من ورائها تزييف حقائق وتضليل الرأي العام لأسباب أيديولوجية أو سياسية، كما أن الجمهور يتوجس من الأخبار المجهولة المصدر ولا تنال ثقته الكاملة بأي حال من الأحوال.

(1) - نزار السامرائي، مرجع سابق، ص 60.

(2) - صالح سلمان، ثورة الاتصال والإعلام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط 1، 2007، ص 123-124.

رابعاً: صحافة المواطن:

مع التطور التقني لوسائل الاتصال وظهور الهواتف الذكية والحواسيب المتنقلة ورواج مواقع التواصل الاجتماعي وذيوعها أضحت رجل الشارع مصدر الخبر وناقله، حيث يمكن للمواطنين في جميع أنحاء العالم نشر الأخبار والفيديوهات عن الأحداث لحظة وقوعها فما يعرف "بصحافة المواطن" حيث تشير الدراسات إلى تزايد دور المواطن في جمع المعلومات عن الأحداث والقضايا ونشرها باستمرار وتعرف صحافة المواطن على أنها "الصحافة التي يلعب فيها المواطنون والجماعات دوراً فاعلاً في عملية جمع المعلومات والأخبار وإبلاغها وتحليلها ونشرها" وعرفت أيضاً على أنها "نسخة الأخبار الموجهة من المحتوى الذي يولده المستخدم بما يشمل مشاركة الأخبار والتعليق عليها حيث يتم ابتكار المحتوى من الصفر⁽¹⁾ .

وتعتمد صحافة المواطن بشكل كبير على شاهد العيان على الحدث كمصدر أخباري ثم تأتي الخبرات الشخصية لنقل الحدث ثاني مصدر للقصص الإخبارية فيها، عكس الحال في الصحافة التقليدية حيث يتم الاعتماد على المصادر الإخبارية الرسمية كمصدر أولي..

نجد صحافة المواطن تبتعد عن المصادر الرسمية في صناعة الخبر بسبب صعوبة الوصول للمصادر الرسمية ومن هنا يميل المخبرون الصحفيون فيها للمصادر المتاحة مثل المحيط الشخصي لنقل الخبر أو شهود العيان أو المعاينة الشخصية لنقل الخبر أحياناً.

كما ظهر الاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام المنافسة كمصادر للمعلومات عن الأحداث والقضايا بشكل كبير، فقد أشارت دراسة أجريت على عدد من المواقع الإخبارية الإلكترونية الأمريكية أن 70% من الصحفيين فيها يعتمدون على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر أخباري بينما يميل 45% منهم إلى اتخاذ وسائل الإعلام المنافسة كمصدر لتكملة المعلومات المنقوصة في قصصهم الإخبارية⁽²⁾.

(1) - John son, Kirsten and St. john Burton "citizen journalist view on traditional nations at journalism, story relationship building"
The conual meetiny of the A E J mc Marriott son Francisco Marquis son Francisco CA
Aug 06 2015, <http://citation.allcademic.com/meta/p1035067.Index.html>.

نقلا عن: مروة علي، مصادر الأخبار بين الحقيقة والمعلومة الموجهة، نشر 19/يوليو/2016، تاريخ الدخول 28 فيفري 2020
<https://institutd.oljazeera.net/ar/ajrzarticle/999>.

(2) - Jonson, Kirsten and ST John Burton OP.cit. المرجع نفسه

وترى الباحثة أنه عند عرض روايات شهود العيان لابد من الانتباه إلى المبالغة والتعميم، والمراسل يجب أن يقف من رواية شاهد العيان موقف الشاهد المتشكك، وأن يتأكد من هويته وعلاقته بالحدث واسمه وصفته لأن ذكر اسم المتحدث العابر ضمن التقرير الإخباري مما يعزز لدى المشاهد الشعور بالاحترام لهذا المتحدث، فضلاً عن دعم مهنية العمل الإخباري ككل.

المطلب الثالث: علاقة الصحفي بمصادر الأخبار:

الصحفي بحاجة ماسة إلى المصادر للحصول على المعلومات التي تعد المادة الخام لمادته الخبيرة وعلى الصحفي أن يأتي بالأخبار من أي مكان وفي أي وقت، ولا يمكن اشتراط وقتنا وزماننا معينا للحصول على المعلومة بشكل فوري "فالصحفي الجيد يستطيع أن يصل إلى المعلومة في أي وقت ممكن من مصادره" (1).

وأثبتت الدراسات الإعلامية أن التعدد والتنوع في المصادر الإخبارية التي تستقي منها الوسيلة الإعلامية أخبارها ومعلوماتها يمثل تعددا وتنوعا في الأخبار التي يبثها وعلى هذا الأساس أصبح نجاح الخدمة الإخبارية يقاس بمدى ما تملكه من مصادر إخبارية (2).

ومن هنا تنشأ العلاقة بين الصحفي والمصادر وكلما توثقت علاقة المخبر الصحفي بمصادره أصبح مميّزا فيما ينقله من أخبار عنها قد لا يصل إليها غيره من المخبرين (3)، ولهذا يحتفظ الصحفيون بعلاقات جيدة مع المصادر وذلك لضمان قيامها بإمدادهم بالأخبار المهمة وأنه أي اختلال في طبيعة هذه العلاقة قد يكون لها آثار واضحة على طبيعة وسمات الرسالة الاتصالية المنتجة.

ويشير الباحث حسن عماد مكاوي أنه أحيانا تكون هناك علاقة حميمة بين الصحفيين وبعض المصادر المهمة، مما يؤدي إلى تحيز الصحفي أحيانا لصالح المصدر الذي يقيم معه علاقات قوية (4).

(1) - عبد الرزاق الدليمي، فن التحرير المعاصر، دار جرير ط1، عمان، 2010، ص64.

(2) - كرم شلي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، مرجع سابق، ص69.

(3) - هاشم حسن، فن الخبر الصحفي، كلية الإعلام، ط1، جامعة بغداد، 2010، ص79.

(4) - حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية، ط1 القاهرة، 1994، ص200.

1. أشكال العلاقة بين الصحفي ومصادر الأخبار

وتتعدد نوعية وطبيعة علاقة الصحفي مع مصادره ويحاول حسني نصر أن يلخص لنا أشكال هذه العلاقة⁽¹⁾.

تأخذ العلاقة بين الصحفي ومصادر المعلومات ثلاثة أشكال من العلاقات وهي:

1.1. الشكل الأول: الاستقلالية: ويتمتع في هذا الشكل كل من المصدر والقائم بالاتصال باستقلالية ويتصف تدفق المعلومات بأنه رسمي، ومن نماذجه التصريحات الرسمية للمسؤولين الحكوميين.

2.1. الشكل الثاني: الاعتماد المتبادل: وفي هذا الشكل تأخذ العلاقة بين القائم بالاتصال ومصادره شكل الاعتماد المتبادل بينهما، إذ يشعر كل منهما بحاجته إلى الآخر فالمرسل يرغب في الحصول على الأخبار والمعلومات، وفي المقابل يسعى المصدر لتحقيق فرصة نشر تلك المعلومات والأخبار.

3.1. الشكل الثالث: التبعية: وفي هذا الشكل تسود علاقة التبعية إذ تتم سيطرة المصدر على القائم بالاتصال⁽²⁾.

2. النماذج التفسيرية لعلاقة الصحفي بمصادر الأخبار

كما وصفت العلاقة بين الصحفي والمصادر بنماذج تفسيرية عدة وهي:

1.2. أنموذج التناقض: يصور هذا النموذج العلاقة بينهما على أساس وجود تعارض أو تناقض بينهما ويؤخذ على هذا النموذج اتجاهه إلى حتمية التناقض في تفسير العلاقة، وهو ما لا يصدق دائماً، لأن طرقي العلاقة في احتياج مستمر وقد يحرص كلاًهما على دعم صلته بالآخر.

2.2. أنموذج العداء والصراع: يفترض هذا النموذج وجود نوع من الخصومة والعداء المستمرين بين الصحفيين والمصادر، إذ تتسم العلاقة بينهما بطابع الصراع حول المصالح والاهتمامات ويستند هذا النموذج في أساسه إلى قيم نظرية الديمقراطية الليبرالية التي ترى أن دور وسائل الإعلام هو حماية مصالح

(1) - حسين نصر، قوانين وأخلاقيات العمل الصحفي، دار الكتاب الجامعي، ط1، القاهرة، 2010، ص198.

(2) - عظيم الجميلي، ثناء العاني، صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1 عمان، 2012، ص166-167.

الأفراد والمجتمع من مواجهة سلطة ونفوذ الحكام، باعتبار أن من المحتمل وقوعهم في الخطأ ولذلك فمن الضروري أن تمارس وسائل الإعلام الدور الرقابي إزاء أية تجاوزات أو إساءة استعمال السلطة.

3.2. أنموذج الاعتماد والتكيف: ويصور هذا النموذج العلاقة بين الصحفيين ومصادر الأخبار

اعتمادا على التعاون المتبادل بين الطرفين وذلك بالرغم من تباين أهدافهما بل تعارضهما أحيانا.

4.2. أنموذج التبادل الاجتماعي: ويتميز هذا الأنموذج بقدرته على تفسير كيفية استمرار

العلاقة بين الصحفي والمصادر مع وجود عناصر توتر كامنة تعثرها، فضلا عن العناية بتفسير الخلفية التي تدفع كلا من الطرفين للتعامل معا على أساس المنفعة المشتركة والمتبادلة من وراء صناعة الأخبار ولا يرى أي من طرفي العلاقة يقع تحت ضغوط الطرف الآخر، بل يشير إلى وجود مسافة فاصلة بينهما⁽¹⁾.

وترى الباحثة أن دراسة العلاقة بين الصحفيين ومصادرهم تعد أكثر أهمية من دراسة أسس التحرير والكتابة الصحفية، فهذه العلاقة هي التي تشكل القصص الإخبارية وتحدد ما إذا كان الصحفي مجرد وسيط محايد بين المصادر والجمهور أو وكيل لمصادره يسعى لحمايتهم وتحقيق مصالحهم، وهنا يمكن أن تدخل العلاقة دائرة المصالح المشتركة لتكون أحد المداخل الأساسية لممارسة التحيز في التغطية الإعلامية.

المطلب الرابع: آليات تأكد الصحفي من صحة معلومات مصادره

من الخطوات الأساسية في عملية جمع المعلومات من المصادر والتي يجب أن يعتمد عليها الصحفي في الميدان هو التأكد من صحة معلومات مصادره حتى يصل إلى كسب ثقة الجمهور. وبقد عرض الباحث عوض هاشم⁽²⁾ مجموعة من الآليات التي تهدف إلى التأكد من صحة المصادر وهي:

1. الشك طريق اليقين:

الشك هو عكس التصديق العفوي والآلي للحقائق وهو التعطيل الوقي للتصديق في انتظار وإعمال الرأي فالشك هو فرصة تعطيل التحري ثم القبول أو الرفض، وفي صورة استمرار الشك على الصحفي ترك المعلومة وعدم نشرها.

⁽¹⁾ - المرجع السابق، ص 166-167.

⁽²⁾ - عوض هاشم المهدي الجندوبي، مرجع سابق، ص 214.

2. مفارقة السبق والتحري:

ثقافة السبق الصحفي المنتشر في الوسط المهني عدو التحقق لأن التحقق يعني التأني وعدم الاكتفاء بتسجيل ما حصلنا عليه من معلومات، ولكن إخضاع هذه المادة إلى سلسلة من العمليات العقلية، ومن أساليب التحري إطالة المساحة الزمنية بين علم الصحفي لأول مرة بالوقائع وقرار النشر، بينما السبق يحتاج بالعكس إلى تقليص المساحة إلى درجة العمل الفوري الذي يجعل الصحفي يكتشف مع المتلقي الأخبار.

3. نقد المصادر:

يسمى أيضا النقد الخارجي أي النقد الذي لا يتعلق بمضمون الخبر ولكن بالظروف التي أوصلت الخبر إلى الصحفي وأهمها طبيعة الوساطة التي حملت الخبر من أي مصدر.

هل المصدر الذي يخبرني هو المصدر المناسب؟

المصدر المناسب حسب الحالة هو المصدر المعني مباشرة بالموضوع وهو طرف رئيس في الحدث أو هو على علاقة وثيقة بهذا الطرف، ماهي طبيعة هذه العلاقة وما مدى وثوقها ومتانتها؟ هل المصدر في موقع يسمح له بالاطلاع على ما يرويه لنا؟، هل المصدر مطلع بالقدر الكافي من ناحية الخبرة؟ هل المصدر أولي أو ثانوي؟

4. تقاطع المصادر:

من النادر أن ينفرد مصدر واحد بمعلومة لأن تشابك العلاقات والمصالح يجعل أن أكثر من طرف له علاقة بالموضوع وقد يكون على إطلاع بنفس الوقائع ولذا يتعود الصحفي أنه كلما حصل على معلومة من مصدر أن يحاول تأكيدها من مصدر آخر، وفي صورة تطابق الوقائع من مصدرين وأكثر يمكن أن نقول إن المعلومات التي حصلنا عليها سليمة⁽¹⁾.

التقاطع ليس مجرد تواتر الخبر من مصادر متنوعة بصفة عفوية لأن الكثير من المصادر قد تجتر نفس المعلومة دون تأكيد وهكذا يتكرر الخطأ وتكراره كما شيوعه ليست علامة صحة، وهذه ظاهرة

(1) - المرجع السابق، ص 214.

نجدها في كثير من الصحف التي تنقل عن بعضها بصفة آلية، فيحيل لنا أن المصادر تعددت بينما في الواقع هو مصدر واحد نقلت عنه الجرائد ووسائل الإعلام الأخرى.

5. النقد الداخلي للوثيقة:

هو تقييم داخلي يتناول مضمون المعلومات التي وصل الصحفي إليها ومدى انسجامها مع ما يعرفه الصحفي بالرجوع إلى اطلاعها المسبق على السياق السياسي والاجتماعي والثقافي للبيئة التي يتعلق بها الخبر، وهذا ما يؤكد أهمية الثقافة العامة التي يحظى بها الصحفي ومدى متابعتها إذ لاحظ الصحفي أن مضمون الخبر فيه تناقض صريح مع ما تعود عليه من المواقف والأفعال التقليدية للأطراف الاجتماعية فذلك لا يهني أن الخبر غير صحيح ولكن هناك مرتفع لأن يكون كذلك.

وفي ضوء تعدد المصادر وتشعبها وتقاطع المصالح للأطراف المختلفة تبقى هذه الآليات المذكورة آنفا أهم الأساليب للتحقق من دقة وصحة المصادر ولكن ترى الباحثة أن الطرف المهم والأساسي الذي تكون له القدرة على فعل ذلك هو الصحفي والمراسل في الميدان الذي يمتلك الخبرة اللازمة والثقافة الواسعة والذكاء المهني وأخلاقيات العمل الإعلامي ويؤمن بالرسالة التي يحملها وهي إيصال المعلومة بكل أمانة وصدق ودقة للمشاهد.

المطلب الخامس: آليات الكشف عن تحيز المصادر الإخبارية

تعد عملية جمع المعلومات من المصادر المختلفة البشرية والمادية أول خطوة في العمل الصحفي ويظهر تحيز مصادر الأخبار عندما يوظف القائمون بالاتصال مصادر معينة للاستقاء المعلومات حول حدث ما في الوقت الذي يتجاهلون فيه مصادر أخرى.

ولقد رصدت الباحثة ربهام عاطف عبد العظيم مجموعة من الآليات التي من شأنها كشف تحيز المصادر ولقد عرضتها كآلاتي⁽¹⁾:

1. خريطة المصادر: مصادر المعلومات التي استعان بها المحررون في التغطية وما خلفياتهم السياسية؟ ما نسبة حضور المصادر الرسمية وصناع القرار مقابل المصادر الأخرى؟ ما الجماعات التي

(1) - ربهام عاطف عبد العظيم، أنماط التحيز في المعالجة الخبرية، العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2019، ص67.

تعكسها المصادر الأخرى؟

2. **أجندة المصادر:** ما محددات الأجندة التي تحاول مصادر المعلومات تمريرها؟ كيف تقوم هذه المصادر بتوجيه الأخبار وتشكيلها؟ ما وجهات النظر التي تعكسها التغطية الإخبارية؟ هل تميل إلى التركيز على كيفية تأثير القضايا على المصدر أم العكس؟

3. **المصادر البديلة:** هل هناك مصادر بديلة أخرى لم تتضمنها خطابات الصحف كان يمكن الاستعانة بها لتحقيق التوازن والحد من التحريف والتشويه؟

4. **المصادر المجهلة:** ما المصادر المجهلة التي وظفها المحررون في الخطاب؟ ما الأجندة الخفية التي تحاول هذه الفئة من المصادر فرضها تحت ستار السرية واللامرئية؟⁽¹⁾.

ولظاهرة الخبر المجهل آثار سلبية على مصداقية الخبر والمؤسسات الصحفية لدى الجمهور المتلقي إذ تلقي بأصداء على مدى التزام الصحيفة بأخلاقيات النشر، كما تنص عليها مواثيق الشرف والاتفاقيات الدولية وإعلانات حقوق الإنسان فيما يتعلق بحق المعرفة والحصول على المعلومات إلا أنها من جانب آخر ترتبط بحق الصحفي في الحفاظ على سرية مصادره أو ما يسمى بـ "الحصانة الإعلامية". وأشار تقرير النقابة الوطنية للصحافة المغربية إلى ثلاثة أنماط من الممارسات تتناقض مع أخلاق المهنة هي القرصنة والإشاعة والتعتيم، وهي ممارسات وثيقة الصلة بظاهرة الخبر المجهل.

فالقرصنة هي نشر أخبار الوكالات دون ذكر اسم المصدر ما يضر بحقوق هذه الوكالات وصحافيين الذين بذلوا مجهودا في هذا العمل، أما الإشاعة فهي اختلاق معلومات ونشرها وكأنها أخبار دون ذكر مصدر الخبر ولا أين ولا متى ولا كيف حدث؟ بل أحيانا تنشر صور تدعي أنها حدثت؟⁽²⁾.

5. **نسبة حضور المصادر:** ما نسبة حضور أو معدل تكرار المصادر في التغطية؟ وهل تتزايد نسبة حضور مصادر بعينها وقت الأزمات؟

فقد توصلت إحدى الدراسات التي اهتمت برصد مصادر البرامج الإخبارية في شبكتي PBS

(1) - المرجع السابق، ص 67.

(2) - المرجع نفسه، ص 68.

وABC الأمريكيتين عام 1989 إلى أن المصادر الرئيسية والمهيمنة أوقات الأزمات تمثلت البيت الأبيض ومسؤولي الإدارة الأمريكية والبنتاغون.

وتضاءلت فرص ظهور المصادر المعارضة للسياسة الأمريكية في تغطية الشبكتين، في حين تنوعت المصادر في غير أوقات الأزمات وبدأت أكثر انفتاحاً على المصادر المعارضة للسياسة الأمريكية.

6. ترتيب التصريحات المنسوبة للمصادر داخل النص الخبري: يتم ذلك من خلال رصد الآلية التي يتم ترتيب مقولات المصادر وفقاً لها في الخطاب، هل جاء الترتيب وفقاً لأهمية هذه المصادر وما أدلت به من تصريحات ومقولات؟ أم حرص المحررون على تقديم المصادر الأكثر اتساقاً مع توجهات الصحيفة وسياساتها التحريرية ومنطلقاتهم الذاتية على مقولات المصادر الأخرى المخالفة لهذه التوجهات التي جاءت متأخرة؟

تكشف أيضاً المساحات المخصصة لكل مصدر عن تحيز المؤسسة الصحفية ومحرريها لأحد أطراف الصراع، يتجسد ذلك في تغطية موقع قناة "العالم" لأحداث الاحتكاكات التي شهدتها إقليم "دارفور" حيث أبرز الموقع تصريحات الرئيس السوداني والوزراء، وآخر تصريحات ومقولات المسؤولين الدوليين بالرغم من كونها أهم ما في الخبر، ما يتناقض مع القالب الفني للهرم المقلوب الذي يفترض أن تكتب به مثل هذه الأخبار.

وما سبق يتضح أن الكشف عن تحيز مصادر الأخبار يستلزم رصد ما يلي:

- نسبة حضور كل مصدر في التغطية الخبرية.
- الانتماء السياسي للمصدر.
- نوع المصدر (ذكر / أنثى).
- وظيفة المصدر (حكومي أو رسمي / غير رسمي)
- التوزيع الجغرافي للمصادر.
- الأدوار والسمات الممنوحة للمصدر كما أظهرته التغطية.
- نسبة حضور المصادر المجهلة وتحديد أسباب توظيف هذه الفئة من المصادر في الخطاب الخبري.
- التحيز اللغوي.

لا ينبغي أن تتجاوز لغة الخبر الحياد والموضوعية إلى أطراف التحيز، ويجب أن يتمسك محررو الأخبار بألفاظ تعبر عن الحدث في حياد تام. فلا تلون ولا تصبغ ولا تتعاطف ولا تتحامل⁽¹⁾.

وللكشف عن تحيز اللغة المستخدمة في صياغة الخبر يجب معرفة التكتيكات اللغوية المستخدمة والكلمات والأفعال ذات الدلالات السياسية المتحيزة، واستخدام اللغة في تفرغ الكلمات من محتواها الحقيقي، وإعطاء القارئ انطباعاً غير دقيق عن الحدث.

بعد هذا العرض لآليات الكشف عن تحيز المصادر التي أجملتها الباحثة ريهام عاطف عبد العظيم والتي تُعنى بالصحافة المكتوبة، ولكن يمكن تطبيقها على المصادر الإخبارية في الأخبار التلفزيونية، وترى الباحثة أن هذه الآليات يمكن أن تحقق بعض الحياد والدقة والتوازن في نقل الحقائق والمعلومات والمتابعة الإخبارية الدقيقة للأحداث، رغم أن معظم المؤسسات الإعلامية تدعي دائماً أنها تهدف إلى المصداقية والاحترافية المهنية.

(1) - ريهام عاطف عبد العظيم، مرجع سابق، ص 72.

المبحث الثالث: القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية

تجدر الإشارة على أن من الملاحظ في السنوات الأخيرة تزايد عدد القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية بشكل ملفت للانتباه، مما أدى بالكثير من المتابعين من أهل الاختصاص وغيره إلى محاولة فهم غاية هذا التزايد والبحث في أسبابه وخلفياته، ومبتغى الدول الكبرى من توجيه هذه القنوات إلى المواطن العربي بالذات، ولهذا نجد أن العديد من الباحثين يطلق على هذه القنوات اسم القنوات الموجهة.

المطلب الأول: نشأة وتطور القنوات التلفزيونية الفضائية الموجهة

يرى العديد من الباحثين "أن القنوات التلفزيونية الدولية الموجهة امتدادا لفكرة الإذاعات الدولية الموجهة التي وظفتها الحكومات في مخاطبة الشعوب الأجنبية للتأثر في توجيهاتها وسياسات دولها، حيث كانت إيطاليا وفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية وألمانيا والاتحاد السوفياتي السابق والصين في طليعة الدول التي وجهت برامج إذاعية دولية إلى مختلف إذاعات العالم، كما أن الدول الصغرى والحديثة الاستقلال قد أولت أهمية بالغة لتوجيه إذاعات دولية ليكون لها صوت على مسرح السياسة الدولية⁽¹⁾".

ومنذ بدايتها عملت الإذاعات الدولية الموجهة لتحقيق مجموعة من الأهداف، حيث تخضع معظم الإذاعات الموجهة خضوعا مباشرا للحكومات، لذا فإن ما تبثه هذه الإذاعات من آراء وأفكار وتعليقات ينظر إليها على أنها تعبر عن وجهة النظر الرسمية لتلك الحكومات باستثناء بعض الإذاعات الدولية تتمتع بالاستقلالية⁽²⁾.

وكانت (إذاعة باري) التي أقامتها إيطاليا عام 1935 أول إذاعة دولية موجهة باللغة العربية إلى العالم العربي، أعقبها إذاعة لندن باللغة العربية عام 1938 وتوالى الإذاعات الأوروبية والأمريكية والآسيوية الموجهة إلى المستمع العربي مما جعل معظم الدول العربية وفي مقدمتها مصر تنشئ أقساما وإدارات مهمتها الاستماع لهذه الإذاعات ورصد وتحليل كل ما تبثه من مواد سياسية وإخبارية خاصة ما يتعلق بالشؤون الداخلية للدولة أو بالقضايا العربية والشرق أوسطية بصفة عامة.

⁽¹⁾ - علي جبار الشمري، الخطاب التلفزيوني الأمريكي الموجه إلى المشاهد العربي، مجلة الإذاعات العربية، العدد الثاني، تونس، 2010، ص29.

⁽²⁾ - عبد الله زلطة، الإعلام الدولي في العصر الحديث، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002، ص83.

ومازال للإذاعات الموجهة دور في الاتصال العالمي ولم تلغيه بقية الوسائل الاتصالية الحديثة الأخرى ومن أشهر هذه الإذاعات الدولية الموجهة لمخاطبة المستمعين العرب.

1. الإذاعة البريطانية BBC: بدأت البث عام 1932، وقد اكتسبت مكانة دولية كبيرة و جماهيرية واسعة خاصة خلال الحرب العالمية الثانية وعلى مدى سنوات ما بعد الحرب العالمية الثانية كان لدى الـ BBC القدرة على الحد من نمو الإذاعات التجارية المنافسة في المملكة المتحدة⁽¹⁾، وقد استعانت بفريق من الإذاعيين العرب معظمهم من مصر وفلسطين وسوريا ولبنان، وتبث إذاعة الـ BBC بثلاثة وأربعين لغة ويستمع إليها 150 مليون شخص حول العالم أسبوعياً⁽²⁾.

2. إذاعة صوت أمريكا: تأسست إذاعة صوت أمريكا VOA عام 1942 وكانت تمول عن طريق الكونغرس الأمريكي خلال الحرب الباردة وقد ركزت الإذاعة في العقود الثلاثة الأولى من تاريخها على محاربة الشيوعية ومقاومة الانتشار العالمي للماركسية.

أما الآن يمثل صوت أمريكا خدمة إذاعية دولية تابعة لمكتب الإذاعة الدولية الأمريكية وله جمهور عالمي يصل لنحو 90 مليون شخص وتزيد برامجها عن 700 ساعة أسبوعية وتستخدم مراسلين لها في 23 مكتباً حول العالم وينظر العالم إلى صوت أمريكا على أنها الذراع الدعائي للحكومة الأمريكية بينما ينظر إلى هيئة الإذاعة البريطانية باعتبارها مستقلة وموضوعية وأكثر مصداقية⁽³⁾.

3. راديو الغد: هو قناة إذاعية وأخرى تلفزيونية موجهة باللغة الفارسية من الولايات المتحدة الأمريكية إلى إيران وهي تبث عبر القنوات القصيرة والمتوسطة وعبر الأقمار الصناعية وعبر الإنترنت.

4. راديو سوا: يعمل راديو سوا لمدة 24 ساعة باللغة العربية ويستهدف جيل الشباب في منطقة الشرق الأوسط وبث برامجه من واشنطن عبر الموجات القصيرة وموجات أف أم والبث عبر الأقمار الصناعية والبث عبر الإنترنت⁽⁴⁾.

(1) - فؤاد عبد المنعم البكري، الإعلام الدولي، عالم الكتب، ط1 القاهرة، 2011، ص259.

(2) - داليا عثمان إبراهيم، معالجة القنوات الموجهة بالعربية للقضايا السياسية العربية (الحرّة الأمريكية، العالم الإيرانية، فرنس24)،

المكتب العربي للمعارف، ط1، القاهرة، مصر، 2016، ص58.

(3) - عبد الله زلطة، الإعلام الدولي في العصر الحديث، مرجع سابق، ص114.

(4) - داليا عثمان إبراهيم، المرجع السابق، ص89.

5. راديو أوروبا الحرة أو راديو الحرية: هي إذاعات أمريكية كوجهة إلى دول وسط وشمال وشرق أوروبا وشمال غرب آسيا وتبث هذه الإذاعات بـ 29 لغة وتقدم حوالي 1000 ساعة برمجية في الأسبوع الواحد.

6. راديو آسيا الحرة: بدأ راديو آسيا الحرة إرساله عام 1996 وهو يث بتسع لغات ويستهدف الجمهور في تسع دول آسيوية هي الصين وتايوان وبورما وكمبوديا ولأوس وفيتنام وكوريا الشمالية، ويذيع راديو آسيا الحرة 200 ساعة أسبوعياً.

7. راديو موسكو: بدأ راديو موسكو بثه بشكل منتظم عام 1944 وزاد من البث بازدياد اهتمام الاتحاد السوفياتي بالدول العربية وليس بالدول الإسلامية فقط.

وقد انخفض الإرسال الإذاعي بعض الشيء عن العشر سنوات السابقة لعام 1975، وقد أصبحت إذاعة (راديو موسكو) متوفرة على الموجة المتوسطة ويمكن الاستماع إليها بوضوح في بعض الدول مثل: إيران، الكويت، سوريا، الأردن.

8. راديو مونت كارلو: يرجع تاريخ إنشاء إذاعة مونت كارلو إلى 17 يوليو عام 1942، وبدأت خدمة مونت كارلو الناطقة بالعربية في عام 1971 وتشكل الأخبار المادة الرئيسية لإذاعة مونت كارلو ويرجع البعض شعبية مونت كارلو في الشرق الأوسط والعالم العربي إلى فترة حرب أكتوبر 1973⁽¹⁾.

وتجدر الإشارة إلى أنه بعد ذلك دخل العالم مرحلة الفضائيات والبث المباشر والسماء المفتوحة حيث يقول سامي شريف "أن هذه الفضائيات استطاعت اجتياز حدود الزمان والمكان كما كان يحدث مع الإذاعات الموجهة عبر الراديو"⁽²⁾.

وقد بدأ التنافس يشتد بين الأطراف الدولية وتزايدت محاولات الاستحواذ على الشعوب بصفة خاصة بعد أحداث الحادي عشر سبتمبر 2001.

(1) – المرجع السابق، ص 92.

(2) – سامي الشريف الفضائيات العربية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، ص 281.

وقد كانت المنطقة العربية هدفا مباشرا للإعلام الموجود عبر الفضائيات لما تناله المنطقة العربية من أحقية استراتيجية وعمق إنساني كبير للحضارة العالمية. إضافة لانعكاسات الصراع العربي الإسرائيلي فيما على أكثر من منطقة في العالم وما استجد من أوضاع خطيرة في هذه المنطقة بعد سقوط بغداد على يد قوات التحالف الأنجلو أمريكية، ومن هنا كان الأثر العربي هدفا لكثير من الفضائيات الأجنبية الموجهة إلى الجمهور العربي بلغته⁽¹⁾.

حيث تسابقت العديد من الدول لإطلاق موجة من القنوات الفضائية الناطقة بالعربية للترويج لسياستها ومصالحها في المنطقة العربية، وأصبحت هذه القنوات محورا لاهتمام عدد كبير من الدول التي ترصد لها ميزانيات هائلة وتستخدم امكانياتها البشرية والتقنية لجذب عيون وآذان المشاهدين العرب، وأضحت الصراعات والحروب الإعلامية البديل العصري للحروب التقليدية، وساهمت القنوات الفضائية العربية بدور كبير في عرض القضايا العربية على المستوى العالمي⁽²⁾.

المطلب الثاني: أنواع القنوات التلفزيونية الفضائية الموجهة

لقد أدرج بعض الباحثين تصنيفات للقنوات الفضائية العربية الموجهة وأردت هنا أن أذكر بعض هذه التصنيفات، وخاصة ونحن نعلم أن هذه الفضائيات الأجنبية الموجهة إلى المنطقة العربية متنوعة وتتخذ عدة أشكال تبعا لاختلاف جهاتها ومرجعياتها ومصادر تمويلها وطبيعة الأهداف المرسومة لها والت تعمل على تحقيقها، وكذلك تبعا لتنوع طرقها وأساليبها في مخاطبة الجمهور المستهدف ومن هذه التصنيفات كالآتي:

1. تصنيف القنوات الفضائية وفقا لأسلوب إدارتها⁽³⁾.

ويصنفها الباحث حيدر أحمد علو إلى:

(1) - المرجع السابق، ص 81.

(2) - هبة شاهين، الأطر الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في شبكة CNN الإخبارية الأمريكية دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع 27، يوليو-سبتمبر، 2007، ص 131.

(3) - حيدر أحمد علو، القيم الإخبارية في القنوات الموجهة في المنطقة العربية دراسة تحليلية مقارنة لنشرات الأخبار الرئيسية الحرة، روسيا اليوم، BBC، دكتوراه جامعة بغداد كلية الآداب قسم الصحافة الإذاعية والتلفزيونية، بغداد، 2011، ص 67.

1.1. القنوات التلفزيونية الدولية الموجهة الرسمية:

وهي القنوات التي تخضع لإدارة الدولة وإشرافها وتمويلها وتقوم بتخطيط سياستها ورسم أهدافها ومن أمثلتها قناة روسيا اليوم الروسية التي تدار من قبل وكالة نفوستي التابعة للحكومة الروسية، وكذلك قناة الحرة الأمريكية التي تدار من قبل شركة تابعة لمجلس أمناء البث المرتبط بوزارة الخارجية الأمريكية.

2.1. القنوات الدولية الموجهة غير الرسمية:

وهي القنوات التي تمول من قبل الدولة عن طريق هيئة عامة وتستعمل الدول هذا الأسلوب من الإدارة لتمويه بعدم خضوع القناة المباشر لسيطرة الدولة أو الحكومة وغالبا ما يتم تشكيل هيئة تسمى مستقلة لإدارة القناة أو الشبكة التلفازية كما هو الحال في هيئة الإذاعة البريطانية (BBC).

2. تصنيف القنوات الفضائية الموجهة وفقا لأهدافها. ⁽¹⁾

1.2. القنوات الدولية الموجهة لأغراض سياسية ودعائية:

وهي القنوات التي تكون خاضعة لسيطرة دولها وحكوماتها بصورة مباشرة أو غير مباشرة وتعد هنا بمثابة الصوت الرسمي لتلك الدول تنقل آراءها ومواقفها وتترجم سياساتها، وتسعى لتحقيق مكاسب لها لدى بقية الشعوب.

2.2. القنوات التلفزيونية الدولية الموجهة لأغراض تجارية:

وهي القنوات التي تتمتع بقدر من الحرية في رسم سياستها وتخطيط برامجها وتخضع لقدر غير قليل من الإشراف والرقابة الحكومية وتعتمد هذه القنوات على الإعلانات في دخلها وتمويلها وتقوم بتقديم خدمات تجارية دولية عديدة ومن أمثلتها المحطة الأمريكية الاقتصادية (CNBC) عربي.

3.2. القنوات الفضائية الموجهة لأغراض دينية أو قومية أو عرقية:

وهي القنوات التي يهدف إلى التواصل وإدارة العلاقة مع أقليات عرقية أو دينية تقطن خارج الدولة الراعية للبث، ومن أمثلته قناة الكوثر الإيرانية التي تأسست عام 2005 مستهدفة الجمهور

⁽¹⁾ - عمر عناد شلال، الوظيفة السياسية لبرامج ال BBC عربي، رسالة ماجستير، جامعة بغداد كلية الاعلام، قسم الصحافة الاذاعية، 2006، ص47.

العربي، وكذلك القناة التركية (TRT-Turk) التي تستهدف جمهور القوقاز وآسيا الوسطى⁽¹⁾.

3. تصنيف القنوات الموجهة وفق لنوع برامجها.

1.3. قنوات فضائية موجهة جامعة:

وهي القنوات الفضائية التي توجه برامجها عامة لجميع فئات الجمهور وبمختلف أنواع وأشكال البرامج والموضوعات مثل قناة سحر TV الإيرانية الناطقة بالعربية وقناة TRT التركية وقناة تشاد TV عربي.

2.3. قنوات فضائية موجهة متخصصة:

وهي القنوات الفضائية التي توجه برامج متخصصة، ومن بينها القنوات الإخبارية كقناة BBC عربي و Fe24 أو تكون متخصصة بالأفلام مثل قناة (MBC persin) الموجهة إلى إيران.

وعموماً فقد صنف التقرير السنوي الصادر من اتحاد إذاعات الدول العربية القنوات الموجهة الآتية كقنوات إخبارية متخصصة (روسيا اليوم، أورو نيوز عربية، قناة الحرية، قناة العالم، قناة فرونس 24، هنا أمستردام الهولندية، BBC عربي)⁽²⁾.

وتجدر الإشارة أن الباحثة لم تتبنى هذا التصنيف كاملاً خاصة فيما يتعلق بتصنيف القنوات الفضائية الموجهة وفقاً لساعات البث وترى أنه نادر الوجود ولا يمكن أن تقاس عليه ولا يرقى إلى درجة التصنيف، وكما ترى الباحثة أن من الصعب الفصل بين بعض المصطلحات التي تعتبر أساس هذه التصنيفات إذ لا يمكن الفصل بينها في واقع الممارسة الإعلامية للقنوات الفضائية الموجهة مثلاً بين الأغراض الدعائية والتحريرية والسياسية، وقد تجمع قناة واحدة بين هذه الأهداف جميعاً، ورغم ذلك ترى الباحثة أن مثل هذه التصنيفات وأخرى تقرب لنا المشهد حول تنوع وظائف وخصائص القنوات الفضائية الموجهة الناطقة باللغة العربية.

(1) - إياد هلال حمادي، مرجع سابق، ص 142.

(2) - المرجع نفسه، ص 143.

المطلب الثالث: خصائص القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية

لمعرفة خصائص القنوات التلفزيونية الاجنبية الموجهة لآبد من تسليط الضوء بشكل مختصر على بعض المفاهيم التي عالجت مفهوم القنوات الفضائية الموجهة والتي بدورها أفرزت مجموعة من القواعد والأسس التي يمكن الاتفاق عليها في تمييز القنوات الفضائية الموجهة من غيرها من القنوات الفضائية عن طريق مجموعة من الخصائص التي يجب أن تتوفر في القناة في القناة الموجهة.

لقد عرّف علي جابر الشمري⁽¹⁾ القناة الدولية الموجهة بأنها "القناة الموجهة من دولة معينة إلى دولة أخرى خارج حدودها، وتكون برامجها باللغات التي تلاءم سكان الدولة الموجهة إليهم، وهي تتجاوز حدود الدولة الواحدة إلى شعوب دول أخرى، ويتعين أن تكون موجهة للغير وليس للجمهور المحلي، لذا فهي تصدر من جهات أجنبية وتبث برامجها إلى الجمهور من خارج حدود دولتهم وهي تستهدف الوصول إلى مجتمع أو شعب معين باستخدام لغته أو لهجته بغرض التأثير فيه نفسياً لتحقيق أهداف سياسية أو اقتصادية أو دينية أو ثقافية للمصدر أو الجهة الراعية لها".

ومن أهم خصائص القنوات الفضائية الموجهة ما يأتي:

1. ملكية القناة الفضائية الموجهة وتمويلها:

تعود ملكية القنوات الفضائية الموجهة إلى الدول المستفيدة من البث، إذ تتولى الدولة الراعية للبث والمالكة للقناة مسؤولية الإشراف على القناة وتمويلها من ميزانية الدولة تعبر عن وجهة نظر الحكومة إزاء القضايا المختلفة حتى وإن عملت الدولة على ضمها في إطار شركة إنتاج أو هيئة عامة أو مستقلة تتلقى أموالها من دافعي الضرائب، ولذلك لا يمكن عد القنوات الفضائية التي تعود ملكيتها إلى القطاع الخاص قنوات موجهة حتى وإن كان بثها وإرسالها بلغة الجمهور المستهدف، ويمكن القول أن ملكية القناة الفضائية الموجهة ومصادر تمويلها تعود للدول وليس للشركات أو المؤسسات الخاصة أو الربحية ويسمى هذا النوع من النظم الإذاعية بنظام الإشراف الحكومي المطلق⁽²⁾.

(1) - علي جابر الشمري، العلاقات العامة رؤية سرندية، دار النهرين للتوزيع والنشر، بغداد، 2009، ص105.

(2) - جهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986، ص22.

2. البث بلغة الجمهور المستهدف:

تبث القنوات الفضائية الموجهة برامجها بلغة الجمهور المستهدف لاستمالة ولائه اللغوي واهتماماته الدينية والثقافية بشكل مباشر، ولقد لجأت بعض القنوات الفضائية الموجهة إلى استعمال البث بلغتين أو ثلاث تكون لغة الجمهور المستهدف إحدى تلك اللغات كما هو معمول في قناة "دوتشيه فيله" التي تبث باللغتين العربية والألمانية، كما تعتمد قنوات فضائية أخرى موجهة أسلوب البث المترجم للبرامج مثل قناة (كوريا تي في).

3. توجيه البث لجمهور خارجي:

يكون الجمهور الخارجي الأجنبي بالنسبة للدولة الراعية للإرسال هو الجمهور المستهدف من البث أي أن شعوب الدول الأخرى التي تحاول القنوات الفضائية الموجهة مخاطبتها يكون جمهورا مستهدفا من قبل القنوات الفضائية الموجهة⁽¹⁾.

4. مراعاة عنصر التوقيت للجمهور المستهدف:

تعتمد القنوات الفضائية الموجهة في بثها على التوقيت المحلي المعتمد في البلد أو مجموعة البلدان التي يوجه البث الفضائي إلى جمهورها، لذلك نرى النشرات الإخبارية الرئيسية المسائية على سبيل المثال تبث عندما يكون التوقيت مساء في البلد الذي يوجه إليه الإرسال بالرغم من أن التوقيت ربما يكون صباحا في البلد الذي يوجه الإرسال⁽²⁾.

ومن الأمثلة على ذلك بث قناة الحرة والحررة عراق إرسالها حسب التوقيت المعتمد في المنطقة العربية بالرغم من أن فترة المساء في المنطقة العربية تقابلها فترة صباحية في الولايات المتحدة الأمريكية.

5. البث المقصود للاستقبال الخارجي:

يجري عند تخطيط السياسة الإعلامية والبرامجية والتميز بين القنوات الفضائية العامة والقنوات الفضائية الموجهة لجمهور معين، إذ تستهدف الدول التي تمتلك القناة الفضائية الموجهة تحقيق أهداف

(1) - إياد هلال حمادي، مرجع سابق، ص 147.

(2) - حيدر احمد الحلو، مرجع سابق، ص 57.

ومكاسب دعائية وسياسية، ولذلك فإن طبيعة البرامج التي تبث عن طريق القنوات الفضائية الموجهة تحمل أهدافا دعائية في الغالب⁽¹⁾.

6. مراعاة عنصر الإتاحة:

يعد عامل الإتاحة من العوامل الهامة التي تسعى القنوات الفضائية الموجهة إلى تحقيقه للجمهور المستهدف أو المتوقع، لذلك تعتمد القنوات الفضائية إلى استعمال نظام البث المفتوح (غير المشفر) كونها قنوات تسعى لتحقيق أهداف ومكاسب دعائية وسياسية وليست تجارية⁽²⁾.

بعد هذا العرض لهذه الخصائص للقنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية الموجهة ترى الباحثة أنها تتقاطع مع خصائص القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية بشكل كبير، ان لم نقل أنها نفسها، وهذا يتعلق بمفهوم القناة الموجهة التي ضبطنا لها تعريف قبل عرض الخصائص.

المطلب الرابع: أهم القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة بالعربية

لقد شهدت السنوات الأخيرة تنافسا شديدا بين مختلف دول العالم للاستحواذ على اهتمام المواطن العربي من خلال إنشاء فضائيات ناطقة باللغة العربية موجهة إلى الجمهور العربي، امتدت من الصين شرقا حتى الولايات المتحدة غربا نظرا للأهمية السياسية والاقتصادية للمنطقة العربية حتى إن بلدا صغيرا مثل الدانمارك فكر في تأسيس فضائية ناطقة باللغة العربية، وقد وفرت القنوات الفضائية الدولية الناطقة باللغة العربية والتي تبث إرسالها على مدى 24 ساعة يوميا العديد من خيارات مشاهدة البرامج للمشاهد العربي وقد ساهمت هذه القنوات في كسر احتكار القنوات العربية الإخبارية.

وفيما يلي نبذة مختصرة عن أشهر القنوات الفضائية الدولية الناطقة باللغة العربية⁽³⁾.

(1) - إياد هلال حمادي، مرجع سابق، ص148.

(2) - حيدر أحمد حلو، مرجع سابق، ص56.

(3) - شريف دويش اللبان، المنطقة العربية والرسالة الإعلامية الدولية الموجهة، المركز العربي للبحوث والدراسات، 26 12 2016

acrser.org.40410 تاريخ الدخول 10، 03، 2020

1. قناة العالم الإيرانية:

هي قناة إخبارية أطلقتها جمهورية إيران في أكتوبر 2002 من مقر مكتب القناة ومركز دائرة البرامج في بيروت، واستهدفت في البداية الشعب العراقي ثم توسعت في نشاطها لتستهدف كافة الدول العربية، وتعتبر المادة الإخبارية المضمون الأساسي للقناة، وقد اكتسبت قناة العالم اهتماما عربيا وعالميا في أعقاب الغزو الأمريكي للعراق، وحصدت القناة متابعة واسعة من الشعوب العربية كذلك أثناء تغطيتها المتميزة للحرب الإسرائيلية على لبنان في يوليو 2006 كما انفردت قناة العالم بتقديم تقارير ميدانية من قلب الحدث من خلال تغطيتها المباشرة للحرب على لبنان.

2. القناة الفضائية الإسرائيلية الناطقة بالعربية:

وقد بدأت إرسالها في يونيو 2002، تحت مسمى قناة الشرق الأوسط، وتستهدف القناة بشكل أساسي فئة الشباب العربي باعتباره جيلا ليس له معرفة بالاستعمار ولم يمر به، وكذلك لم يجرب من أدوات الدعاية الإسرائيلية التي تقف وراءها أجهزتها الأمنية⁽¹⁾.

3. قناة الحرة الأمريكية:

هي قناة فضائية أمريكية موجهة باللغة العربية تتبع مجلس أمناء الإذاعات الدولية التابع للكونجرس تبث إرسالها على مدار 24 ساعة يوميا، وقد بدأت إرسالها في فبراير 2004 وقد انطلقت قناة الحرة ليغطي بثها 22 دولة في المنطقة العربية وهي مكرسة بصفة رئيسية لتقديم الأخبار والمعلومات وتغطية الأحداث في الشرق الأوسط والعالم، وتبث القناة بثا خاصا للعراق عبر قناة "الحرة عراق" التي انطلقت في أبريل من العام نفسه، فضلا عن استحداث قناة الحرة أوروبا عام 2006 لتوجه برامجها نحو الجاليات العربية التي تعيش في أوروبا⁽²⁾.

(1) - جيهان يسرى، القناة الفضائية الإسرائيلية ودورها في الحرب الإعلامية بين العرب وإسرائيل، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 4، عدد يناير-ديسمبر 2003، ص 78.

(2) - علي جبار، الخطاب التلفزيوني الأمريكي الموجه إلى المشاهد العربي، اتحاد إذاعات الدول العربية، مجلة الإذاعات العربية العدد الثاني تونس، 2010، ص 30.

4. قناة دوتشيه فيله DW-TV الألمانية:

هي قنا فضائية ناطقة باللغة العربية تابعة لمؤسسة التلفزيون الألماني Deutsche Welle دوتشيه فيله، فقد تم اطلاقها في فبراير 2005 وتقوم القناة بتقديم الأخبار والتحليلات والتعليقات في المجالات السياسية والاقتصاد والثقافة والرياضة والعلوم إضافة إلى التعريف بألمانيا وأوروبا على مختلف الأصعدة، ويتم تناول مختلف الموضوعات من وجهتي النظر العربية والألمانية وتعزيز التواصل والتعاون بين ألمانيا والعالم العربي وخاصة في أوساط الشباب العربي⁽¹⁾.

5. قناة فرنس24:

هي قناة تابعة لمجموعة فرنسا الدولية بدأتها باللغة الفرنسية والإنجليزية في ديسمبر 2006 ثم باللغة العربية لمدة أربع ساعات يوميا في أبريل 2007 ليتم إطلاق البث على مدار اليوم في أكتوبر 2010 وتقدم القناة العديد من البرامج الإخبارية التي تعكس وجهة النظر الفرنسية اتجاه أحداث العالم المختلفة. وسوف نتعرض إلى أكثر تفاصيل حول هذه القناة في الإطار التطبيقي من هذه الدراسة.

6. قناة روسيا اليوم:

هي قناة فضائية تابعة لمؤسسة تي-في-نوفوستي الروسية التي تقدم نفسها باعتبارها جهة مستقلة غير تجارية بدأت بثها في مايو 2007، وهي قناة إخبارية تبث لـ 24 ساعة في اليوم، حيث تقدم أهم الأخبار في روسيا والعالم إضافة إلى تقديمها أخبارا اقتصادية ورياضية وثقافية في نشرات مستقلة.

7. قناة BBC العربية:

أطلقت في مارس 2008 تقدم خدمات إخبارية شاملة باللغة العربية وباستخدام الوسائط المتعددة وتعتبر محطة BBC رائدة في مجال البث التلفزيوني الموجه عبر الأقمار الصناعية وتقدم القناة نشرات والبرامج الإخبارية وتعرض القضايا العربية والدولية⁽²⁾. وسوف نتعرض بالتفصيل إلى هذه القناة في الإطار التطبيقي من هذه الدراسة.

(1) - أسامة عبد الحميد، الإعلام في القرن الحادي والعشرين، الاتصال الدولي، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، ص245.

(2) - إيمان السيد، دور القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة للتلفزيونية في ترتيب أجندة النخبة نحو القضايا العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين الشمس، كلية التربية، 2013، ص86.

8. قناة يورونيوز الإخبارية:

هي قناة تابعة لاتحاد البث الأوروبي وقد أطلقت هذه القناة نسختها العربية في يوليو 2008 من مركزها في مدينة ليون الفرنسية، وتلقى هذه القناة دعماً من المفوضية الأوروبية، ويرى مطلقو النسخة العربية في هذه الخطوة فرصة ذهبية للتوجه إلى أكثر من 250 مليون مشاهد عربي إضافة إلى 15 مليون مقيم في أوروبا وتعتمد القناة بشكل رئيس على المادة الإخبارية⁽¹⁾.

9. قناة الصين الدولية CCT.V:

هي قناة أطلقتها تلفزيون الصين في يوليو 2009 وتعتبر القناة الدولية الخاصة التي يطلقها تلفزيون الصين بعد أربع قنوات بلغات أخرى، وتركز القناة على نشر الأخبار والبرامج الثقافية والترفيهية.

10. قناة كوريا الجنوبية:

هي قناة فضائية تابعة لمجموعة كوريا العالمية للإعلام KGMG بدأت إرسالها في أبريل 2009 وتهدف إلى نشر الثقافة الكورية في منطقة العالم العربي⁽²⁾.

11. قناة TRT التركية:

هي أول قناة تركية ناطقة بالعربية تم افتتاحها بموجب قرار حكومة حزب العدالة والتنمية لتدعيم التواصل الثقافي بين تركيا والعالم العربي، وهي قناة تابعة للهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون التركية بدأت بثها في أبريل 2010 بتمويل حكومي⁽³⁾.

(1) - إيمان السيد، المرجع السابق، ص 87.

(2) - المرجع نفسه، ص 88.

(3) - تي آر تي العربية، ويكيبيديا، https://or_wikipedia.org

الفصل الرابع: تغطية الاخبار في القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية.....(الإطار النظري)

ويوضح الجدول التالي القنوات الفضائية الناطقة بالعربية مرتبة حسب تاريخ نشأتها.

التسلسل	القناة الفضائية	الدولة	تاريخ البث
01	قناة BBC	بريطانيا	1994
02	القناة الفضائية الإسرائيلية الثانية	الكيان الصهيوني	2002
03	قناة RAI الإيطالية	إيطاليا	2002
04	قناة العالم الإيرانية	إيران	2003
05	قناة الحرة	الولايات المتحدة	2004
06	قناة الحرة / العراق	الولايات المتحدة	2004
07	قناة دوتشيه فيله	ألمانيا	2005
08	قناة فرونس 24	فرنسا	2006
09	قناة روسيا اليوم	روسيا	2007
10	قناة اليورونيوز	دول الاتحاد الأوروبي	2008
11	قناة كوريا	كوريا الجنوبية	2009
12	قناة الصين الدولية	الصين	2009
13	قناة TRT التركية	تركيا	2010
14	قناة سكاي نيوز الإخبارية	شبكة سكاي البريطانية	2012
15	قناة الأخبار اليهودية	اتحاد اليهود الأوروبيين	2012

المطلب الخامس: تأثير القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية

ربما تكون أهداف الفضائيات الأجنبية الموجهة للمنطقة العربية واضحة لكثير من المتابعين باعتبارها إحدى أدوات السياسة الخارجية للدول التي أطلقتها، لكن تلك الفضائيات التي بلغت 17 قناة ناطقة بلغة الضاد مازال الجدل يثار حول حصاد عملها وحجم تأثيرها وجاهريتها منذ انطلاقتها في مطلع الألفية الثالثة، وقد جاءت هذه الفضائيات كمرحلة لاحقة لما عرف منذ منتصف القرن الماضي بالمخططات الإذاعية الموجهة وفي مقدمتها راديو لندن ومونت كارلو وصوت أمريكا وغيرها إذ لم تعد للأخيرة نفس التأثير والجاهلية.

وأكد العديد من الخبراء أن تلك الفضائيات التي لطالما ارتدت ثوب الموضوعية والحيادية كشفت عن وجهها بعد ثورات الربيع العربي فاتضح انخيازها إلى سياسات بلادها ما أدى إلى انحصار تأثيرها وجاهريتها.

وفي المقابل فإن العديد من الدراسات خرجت بنتائج مختلفة حول تأثير وجاهرية الفضائيات الموجهة للدول العربية وأكدت عمق تأثيرها وخاصة لدى النخب والشباب لكن ذلك التأثير وتلك الجماهيرية ليستا ثابتتين بل يمثل منحى يصعد ويهبط بحسب كل بلد عربي، وتبقى لتلك الفضائيات سطوتها في أوقات الأزمات والحروب والاضطرابات، بل أنها تحتل مراتب متقدمة من حيث المشاهدين وذلك بعد قناتي الجزيرة والعربية، ومؤخرا عمدت تلك الفضائيات إلى استغلال مواقع التواصل الاجتماعي من أجل مزيد من التأثير وجذب الجماهير العربية ونجحت إلى حد ما في زيادة عدد متابعيها على صفحات السوشال ميديا.

وسنحاول هنا أن نعرض باختصار لبعض نتائج بعض الدراسات التي ركزت على تأثير بعض القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية⁽¹⁾، ففي مقالة نشرتها مجلة "اتحاد الإذاعات العربية" للأكاديمي التونسي المنصف وناس بعنوان "الفضائيات الموجهة إلى المنطقة العربية، قراءة مدخلة" اعتبر الباحث أن تلك الفضائيات ليست بريئة ولا محايدة وتروج لمضامين وأطروحات وأفكار تلتقي بالضرورة مع مصالح

(1) - ثروت البطاوي، هل تحقق الفضائيات الموجهة الى العرب أهدافها 2016.11.8 تاريخ الدخول 10 جانفي 2020

rassef22.com/Article/82445

دولها، لتأثير في العقول والنفوس والأذواق والتحكم في الوعي العام. وكشفت مجموعة دراسات نشرتها المجلة نفسها أن قناة الحرة الأمريكية التي أطلقت عام 2004 ركزت في خطابها الإعلامي على حملة دعائية ضخمة للترويج للنموذج الأمريكي في المنطقة ونشر مفاهيم الديمقراطية والمجتمع المدني وقضايا المرأة والدفاع عن إسرائيل مركزة في الوقت نفسه على الشؤون العراقية، أمّا ال بي-بي-سي العربية فسعت برامجها للتطرق إلى موضوعات غير تقليدية على الساحة العربية واختراق المحظورات المتعلقة بالدين والجنس والسياسة، وخلصت دراسة أجرتها الباحثة بثينة حمدان عام 2010 عن تغطية ال BBC للقضية الفلسطينية إلى عدم موضوعيتها، فيما تركز قناة العالم الإيرانية على مفهوم الأمة الإسلامية في مقابل الوطن العربي، وقضية القدس، أمّا دوتشيه فيله الألمانية فتركز دائما على الترويج للتجربة الألمانية بين النخب والشباب العربي.

كم أكدت أطروحة دكتوراه بعنوان "دور القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية في ترتيب أجندة النخبة نحو القضايا العربية" أعدتها جامعة عين الشمس المصرية على قناتي الحرة و BBC إتفاق أجندة النخبة المصرية اتجاه القضايا العربية مع أجندة القناتين، وكشفت دراسة أعدتها جامعة اليرموك الأردنية عن "اتجاهات الإعلاميين الأردنيين نحو الفضائيات الأجنبية الموجهة للوطن العربي" عام 2014 أن 72.2% من الإعلاميين الأردنيين يشاهدون تلك القنوات ويثقون في مصداقيتها.

وأن قناة روسيا اليوم هي الأكثر تفضيلا لديهم، فيما أوضحت دراسة أجرتها جامعة البتراء الأردنية عام 2014 عن دور قناتي الحرة وال BBC الناطقتين بالعربية في إثارة الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات الأردنية والإماراتية أن 73.6% من الطلاب يتابعون ال BBC و 62% يتابعون الحرة، وكشفت الدراسة أن الشباب الجامعي يثقون أكثر في التغطية الإعلامية لقناة ال BBC بنسبة 75% والحرة بنسبة 55%، كما أكدت دراسة ميدانية بجامعة بغداد عام 2008 أن 46% من الطلاب الجامعيين يعتمدون على قناة الحرة في متابعة الشأن العراقي ثم قناة العربية 30% وأخيرا قناة الجزيرة ب 24%⁽¹⁾.

(1) - ثروت البطاوي، المرجع السابق .

ولقد خلصت نتائج الكثير من الدراسات إلى ارتباط أجندة تلك القنوات بالسياسة الخارجية للدول التي تبث منها وهو أمر أصبح معروفا عند الجمهور، ولعل ذلك ما تسبب بفشل التجربة الأمريكية في تقديم حزمة من وسائل الإعلام الناطقة بالعربية لمخاطبة الشباب في مقدمتها راديو سوا وقناة الحرة، رغم الميزانية الضخمة التي رصدتها واشنطن للحرية وأخواتها يبقى تأثيرها محدودا للغاية، وتؤكد دراسات أن الثورات العربية كانت عاملا هاما في زيادة وعي الجماهير بأهداف تلك الفضائيات وعدم حيادتها.

واعتبر الباحث المعروف الدكتور حسن عماد مكاوي أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة أن الجماهير العربية لم تعد تلجأ لتلك الفضائيات سوى في أوقات الأزمات والاضطرابات والحروب من أجل الاطلاع على مختلف وجهات النظر فالحرية على سبيل المثال كان لها تأثير واسع في العراق في ذروة الاضطرابات التي عاشتها البلاد أما الآن فالعراق لديه أكثر من 200 قناة فضائية تعبر عن مختلف الأطياف، ونجحت مئات القنوات العربية المتنوعة في ملأ الفراغ الذي كان الإعلام الموجه يشغله، ولكن الأستاذ الباحث حسن عماد مكاوي يؤكد على أن تلك القنوات لها تأثير على النخب العربية التي تحرص على متابعتها، ومن ثم تؤثر تلك النخب على الجماهير مما يدفعنا إلى الإقرار بإمكانية تأثير تلك القنوات بشكل غير مباشر وعلى المدى البعيد، وأشار حسن عماد مكاوي إلى أن إيجابية الفضائيات الأجنبية الناطقة بالعربية تتمثل في تقديمها برامج جادة ومفيدة بعيدة عن الغيبيات التي تمتلأ بها الفضائيات العربية، ويعتبر الدكتور محمود يوسف أستاذ العلاقات العامة بجامعة القاهرة بأن الفضائيات الموجهة "استعمار إعلامي" وتمارس دعاية دولية بنوع من الذكاء والاحترافية والمهنية وتتبع أساليب وتكتيكات يصعب على غير المتخصص في الإعلام أن يستوعبها، فمثلا هي تعرض الرأي والرأي الآخر، ولكنها تبتعد عن آراء المعارضة العقلانية المعتدلة وتلجأ إلى إبراز الآراء المتطرفة، كما تعتمد إلى المبالغة وإلى أسلوب التجاهل المتعمد لحقائق بعينها لا تخدم مصالحها والتركيز على معالجة الجزئيات بعينها ويؤكد الدكتور محمود يوسف أن الغرب يملك عقلية نفعية ولا يمكن أن يطلق تلك الفضائيات بميزانيات ضخمة ويستمر في ذلك دون تحقيق أهداف تخدم مصالحها⁽¹⁾.

(1) - ثروت البطاوي، المرجع نفسه، rassef22.com/Article/82445.

وبعد هذا الطرح حول مدى تأثير القنوات الفضائية الناطقة باللغة العربية الموجهة للجمهور العربي فإن الباحثة تتفق مع بعض هذه النتائج وهذه الآراء والتي تعتبرها نتيجة أبحاث ودراسات ميدانية رغم عدم الجزم بحقيقتها تماما، ولكن أرى هذا التأثير قد يبدو في السنوات الأخيرة محدودا ولكن قد يتصاعد في وقت الحروب والأزمات، وأتفق مع الدكتور الباحث حسن عماد مكاوي في كون التأثير الأكبر يكون على النخب التي تؤثر بدورها في الجماهير، كما أتفق مع الدكتور الباحث محمود يوسف في كون الفضائيات الإخبارية الموجهة تمارس دعاية دولية بنوع من الذكاء والاحترافية والمهنية وتتبع طرق وأساليب يصعب على غير المتخصص معرفتها واكتشافها.

وفي نهاية هذا الفصل تخلص الباحثة إلى أن التغطية الإخبارية عملية معقدة تتضمن مجموعة من الخطوات انطلاقا من الفكرة الإخبارية، ثم جمع المعلومات، وبلورتها وتحديد زوايا المعالجة، والمخار التي يركز عليها وصولا إلى تحديد المصادر ثم تقويم المعلومات ومراجعتها، وكيف ان السياسة التحريرية معيار مهم في مدى صلاحية المادة الإخبارية، وأن هناك اخطاء معلوماتية ومهنية يقوم بها القارئ بالاتصال في صناعة المحتوى الإخباري، وأن أساس النشرة الإخبارية وجود تقارير ميدانية ومراسلون ينقلون الأخبار بدقة بواقعية من مكان الحدث اعتمادا على المصادر الموثوق بها، وإن ثقافة السبق الصحفي عدو التحقق، إذ لابد من إخضاع المصادر للنقد من خلال اليات الكشف عن التحيز من أجل الوصول إلى تغطية إخبارية دقيقة محايدة ومتوازنة وشاملة، وأن القنوات التلفزيونية الاجنبية على اختلاف مشاربها لطالما رفعت شعار النزاهة والحيادية والاحترافية، ولكن شتان بين الشعارات المرفوعة والممارسة العملية.

الإطار التطبيقي

الفصل الخامس:

الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية

- المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية
- المبحث الثاني: تحليل محتوى النشرات الإخبارية للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية (محل الدراسة)

تمهيد

استندت الدراسة التحليلية بشكل أساسي على دراسة المحتوى الإخباري للنشرات الإخبارية في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية France24/ BBC؛ فموضوعية النتائج وصحتها تتوقف على صدق المنهج المتبع، وذلك عن طريق معالجة الدراسة وتحليل النتائج المتوصل إليها. وسيتم في الفصل التطبيقي الخاص بالإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية، التعريف بالقناتين عينة الدراسة، وإجراءات المعالجة الإحصائية لاستمارة تحليل المحتوى، وإجراءات صدق وثبات استمارة تحليل المحتوى، وتحليل نتائج الدراسة التحليلية، ويشمل تحليل محتوى النشرات الإخبارية للقناتين محل الدراسة، والدراسة التحليلية لوجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات محل الدراسة وتفسيرها ومناقشتها.

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية

ويشمل هذا المبحث التعريف بالقناتين عينة الدراسة، وإجراءات المعالجة الإحصائية لاستمارة تحليل المحتوى، إجراءات صدق وثبات استمارة تحليل المحتوى،

المطلب الأول: التعريف بقناتي الدراسة BBC و France24

1. التعريف بقناة BBC العربية

استحوذت هيئة الإذاعة البريطانية التي انطلقت خدماتها العربية عام 1937 على مكانة خاصة، وذلك رغم الشكوك التي أحاطت بحيادها في بعض جولات الصراع العربي الإسرائيلي، وبعد أكثر من 50 عاما أغرى هذا النجاح القائمين عليها بإطلاق خدمة مرئية لكن التسمية التلفزيونية BBC العربية التي انطلقت في يوليو عام 1994 أسدل عليها الستار بعد أقل من عامين عندما اصطدمت سياستها الإعلامية بحساسية الشركاء العرب واجهضت التجربة حيث فشل التعاون مع شبكة "أوربت" وتوقفت عن السبت يوم 21 أبريل 1996 وهو التوقيت الذي ساهم في نشأة قناة الجزيرة نتيجة انتقال العاملين بقناة BBC إلى قناة الحرية، ثم أعلنت هيئة الإذاعة البريطانية أنها أتمت الاستعدادات لإعادة بث قناتها العربية في الشهور الأولى لعام 2007⁽¹⁾.

(1) -داليا عثمان إبراهيم، مرجع سابق، ص 103.

ولقد بدأ بث قناة BBC العربية في 11 مارس 2007 كأول تلفزيون دولي بريطاني باللغة العربية بتمويل بريطاني⁽¹⁾.

يقول العديد من الباحثين أن حياد BBC كمؤسسة وإعلامية هو نتيجة لعدم تلقيها أي دعم حكومي لأن الحكومة البريطانية ولا من حكومة أخرى بل أن تمويلها الضخم شبكة قنواتها التلفزيونية الفضائية والمحلية والإذاعات التي تديرها يأتي بشكل مباشر من المواطن البريطاني ومن خلال الضرائب التي تضعها الدولة على كل جهاز تلفاز في بريطانيا الذي في حال امتلاكه على مالكه أن يدفع ضريبة سنوية تجمعها الحكومة البريطانية لتشكيل ميزانية نذهب لتمويل الـ BBC بفروعها المختلفة وتحررها من أية تبعية مادية من الحكومة البريطانية فإن BBC تتمتع باستقلالية مادية تامة تتيح لها حرية تناول السياسة الإعلامية وفق ما يريد منها دافع الضرائب البريطاني واللذين هم بدورهم من أصول وعرف وخلفيات مختلفة مما يجعل الـ BBC مؤسسة تحظى بثقة مشاهديها ومستمعيها حول العالم⁽²⁾.

BBC العربية هي شبكة لنقل الأخبار والمعلومات للعالم العربي عبر عدة وسائط تشمل الأنترنت والراديو والأنترنت والهواتف المحمولة وتعد بي بي سي العربية أكبر وأقدم خدمة إعلامية تطلقها BBC بلغة غير الإنجليزية وقد وصلت تطورها منذ انطلاقتها في 3 يناير 1938 وبالرغم من أن إنتاج البرامج يتم في استديوهات لندن والقاهرة فإن بي بي سي العربية لها مراسلوها في أهم المواقع الخورية في المنطقة وفي أهم العواصم العالمية عددهم 250 مراسلا على الأقل منتشرين في 72 مكتبا في مختلف أنحاء العالم⁽³⁾.

وشهد قسم بي بي سي عربي عملية إعادة هيكلة عام 2018 طالت القناة التلفزيونية إلى جانب الإذاعة، نتج عنها الاستغناء عن عدد من موظفيها مقابل توسيع مكانتها في الشرق الأوسط لتحسين الأداء وتطوير المحتوى. ويأتي تمويل BBC برسوم على مشاهدي التلفزيون في المملكة المتحدة. بلغت الزيادة في عدد المتابعين 131 بالمئة سنة 2020 ووصل العدد إلى 12.7 مليون متابع أسبوعيا فيما بلغ

(1) - نهي عاطف العبد، الراديو والتلفزيون والقنوات الفضائية النشأة والتطور والآفاق المستقبلية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2009م، ص 257.

(2) - هبة حسين عبد الوهاب، مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والاجنبية كي تراها الصفوة رسالة ماجستير، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة 2010، ص 200.

(3) - BBC .com/arabic/institutional/2011/01/000000/about us

اجمالي عدد المتابعين لخدمات بي بي سي نيوز عربي الرقمية والتلفزيونية والاذاعية 42.2 مليون متابع ومشاهد ومستمع. وسجل عام 2019 خدمات كبيرة في متابعة خدمات بي بي سي نيوز عربي في الجزائر والمغرب مقارنة بسنة 2018، وأظهرت الأرقام الحديثة أن أكبر جمهور لبي بي سي نيوز عربي في مصر يليه الجمهور السعودي⁽¹⁾.

1.1 أهم برامج قناة BBC

تقدم قناة BBC العربية عناوين للأخبار كل 15 دقيقة وملخص شامل للأخبار كل 30 دقيقة كما تقدم القناة ساعتين إخباريتين خلال اليوم يقوم من خلالها الأحداث الجارية والتقارير الإخبارية بالإضافة إلى الحوارات حول الأحداث الرئيسية:

-برنامج نقطة حوار: هو برنامج تفاعلي مباشر متعدد الوسائط والذي يمس قضية واحدة في كل حلقة، ويعد منتدى لجدال حي وحر حيث يمكن الجمهور من كافة أرجاء العالم العربي من المساهمة فيه بأفكارهم وآرائهم مدة البرنامج 50 دقيقة خمس مرات في الأسبوع.

-برنامج "مالا يقال": وهو برنامج تحليلي سياسي يكتشف الجوانب العميقة في القضايا السياسية المختلفة.

-حصاد اليوم الإخباري: وهو برنامج يقدم عرضاً لأهم الأخبار العربية والدولية التي وردت في يوم كامل ويتضمن أهم التقارير والتحليلات المتعلقة بهذه الأخبار⁽²⁾.

__برنامج BBC ترندنيغ: الذي يهتم بما جاء على مواقع التواصل الاجتماعي.

-العالم هذا المساء: برنامج إخباري تحليلي يث كل يوم على الساعة السادسة بتوقيت غرينيتش وهو برنامج مسائي يقدمه أحد مقدمي نشرات الأخبار يتناول أهم، وآخر الأحداث، والأخبار، ويناقشها مع الضيوف سواء في الاستوديو أو عبر الأقمار الصناعية

- حديث الساعة: برنامج حوارى اسبوعي يهدف إلى معالجة القضايا التي تشغل العالم بشكل تحليلي

(1) - بي بي سي عربي الأكثر انتشاراً بين خدمات الهيئة العالمية / alarub.co.uk تاريخ الدخول 2020/10/10

(2) - داليا عثمان إبراهيم، مرجع سابق، ص 106.

- عميق، من خلال استضافة الخبراء والمحللين وصناع القرار يذاع على الهواء مباشرة مرة في الأسبوع..
- برنامج BBC إكسترا: برنامج شبابي تفاعلي يتناول كافة الموضوعات والقضايا المختلفة في العلوم والثقافة والفن.
- بلا قيود: هو برنامج حوارى تقدمه الإعلامية رشا قنديل ويث كل يوم أحد على الساعة 17:30 بتوقيت غرينيتش، ويتناول بالنقاش والتحليل مع أحد الضيوف بالأستوديو أحد المواضيع السياسية والثقافية.
- ديانا: برنامج حوارى يعده فريق نسائي عربي تقدمه ندى عبيد بمشاركة مجموعة من النساء العربيات لمناقشة أكثر القضايا جدلا ويث يوم الجمعة، وتبقى طريقة اختيار المشاركات في هذا البرنامج وتوجهاتهن، وأفكارهن فيها ما يقال.
- أنا الشاهد: برنامج اسبوعي يعتمد أسلوب صحافة المواطن يعرض البرنامج قصصا وشهادات يرويها مواطنون من أنحاء العالم، وخاصة من العالم العربي بالصوت والصورة انطلاقا من تجاربهم الشخصية، يث كل يوم خميس على الساعة 17:30 مساء.
- المشهد: برنامج حوارى تقدمه المذيعة «جيزال الخوري» تستضيف شخصية معروفة كان لها دور في الأحداث الهامة في تاريخنا المعاصر يث البرنامج يوم الاثنين على الساعة 17:30 مساء
- بتوقيت مصر: هو برنامج اسبوعي تبثه القناة من العاصمة المصرية القاهرة، ويركز على القضايا المصرية يث كل خميس على الساعة 19:05 بتوقيت غرينيتش
- برنامج 4 ثك: برنامج اسبوعي يعرض آخر الابتكارات العلمية والتكنولوجية ويث كل يوم سبت على 17:30 بتوقيت غرينيتش.
- سينما بديلة: برنامج ترفيهي يعرض أفلام قصيرة ويناقش مواضيع تتعلق بالسينما العالمية والعربية، يعرض كل يوم سبت على الساعة 19:10 بتوقيت غرينيتش.
- برنامج آفاق: وهو برنامج ثقافي حياتي من لندن إلى باريس ومن بيروت إلى القاهرة مرورا بسائر مدن العالم في مختلف الصروح الثقافية وهو برنامج يهتم بالسينما والكتب والفن والمعارض، والمتاحف، وكل ما له علاقة بالفن يث كل اربعاء على الساعة 19:05 بتوقيت غرينيتش.
- الكوكب الأزرق: سلسلة وثائقية تنتجها قناة BBC يضم 9 حلقات مدة كل حلقات 50 دقيقة، قد

حققت السلسلة نجاحا كبيرا لكونها الاشمل في تغطيتها لتاريخ المحيطات، استغرق اعدادها 5 سنوات⁽¹⁾.

2. التعريف بقناة France24:

فرانس 24⁽²⁾ تشمل أربع قنوات للأخبار الدولية (العربية والفرنسية والإنجليزية والإسبانية) تبث على مدار الساعة، ليصل بثها إلى 533 مليون منزل في القارات الخمس.

القنوات الأربع تجذب 61,2 مليون مشاهد أسبوعيا (إحصاء أجرى في 67 بلدا من أصل 183 بلد حيث توزع على الأقل إحدى قنوات فرانس 24) وهي أول قناة إخبارية دولية في المنطقة المغاربية وأفريقيا الفرنكوفونية.

تعتمد القناة على 430 صحفيا من 35 جنسية مختلفة وتثبت برامجها من باريس برؤية فرنسية لأحداث العامل معتمدة في ذلك على شبكة تتشكل من 160 مكتب للمراسلين تغطي الأحداث في معظم أنحاء العالم.

ويتم استقبال بث القناة عبر الكابل والأقمار الاصطناعية والتلفزيون الرقمي الأرضي في بعض الدول وعن طريق الأنترنت والهواتف الجواله والحواشيب اللوحية واجهزة التلفزيون الذكية واليوتيوب باللغات الأربعة.

كل هذا الفضاء الإعلامي الجديد لفرانس 24 متوفر ايضا باللغات الاربعة ويسجل شهريا 16,5 مليون زيارة و 45,6 مليون مشاهدة لمقاطع الفيديو (معدل 2017) إضافة إلى 38,2 مليون مشترك في صفحاتها على الفيسبوك، وعلى تويتر (أكتوبر 2018).

ونستعرض بعض المحطات الحاسمة في تاريخ القناة

5- ديسمبر / كانون الأول 2006 إطلاق النسخة التجريبية لموقع الأنترنت.

6- ديسمبر / كانون الأول 2006 إطلاقا فرانس 24 بالفرنسية والإنجليزية وصولها إلى 80 مليون منزل في العالم.

(1) – 3372888.com/arabic/tv and radio BBC News Arabic 3 برانچنا تاريخ 2020/1/10

(2) – من موقع فروس 24، من نحن France24.com/04 تاريخ الدخول مارس 2020.

- 2 أبريل / نيسان 2007: إطلاق France24 بالعربية 4 ساعات بث في اليوم.
- فبراير/شباط 2009: فرانس 24 هي أول قناة إخبارية في العالم متاحة مباشرة وباللغات الثلاثة على أجهزة أي فون.
- 12 أكتوبر / تشرين الأول 2010: فرانس 24 تنتقل إلى البث 24 ساعة باللغة العربية.
- فبراير /شباط 2011: تجاوز عدد تحميل التطبيق الخاص بفرانس 24 سقف المليونين.
- من يناير /كانون لثاني إلى يونيو /حزيران 2013: جاءت برامج جيدة لتثري باقة البرامج التي تقدمها القنوات الثلاث وبدأ توقيت شبكة البرامج يتكيف مع مختلف شرائح الجمهور.
- ديسمبر /كانون الأول 2013: فرانس 24 تجاوزت 250 مليون منزل يلتقط بثها و14 مليون زيارة شهرية لموقعها على الأنترنت و6 ملايين معجب على مواقع التواصل الاجتماعي، وبمناسبة عيد ميلادها السابع أطلقت القناة شبكة برامجها الجديدة وغير "حلتها" على مستوى لغرافيك وأصبحت عندها غرفة تحكم جديدة وموقع جديد وشعار جديد بالفرنسية هو -Liberté-Egalité- Actualité
- تضم مجموعة إعلام فرنسا العالمي فرانس 24 قناة إخبارية بثلاث لغات وإذاعة فرنسا الدولية وإذاعة مونت كارلو الدولية الناطقة باللغة العربية وهي تبث بخمسة عشرة لغة من باريس إلى العالم بقاراته الخمس.
- يقدم صحافيو المجموعة وشبكة مراسليها حول العالم للمشاهدين والمستمعين ومستخدمي الأنترنت أخبارا منفتحة على العالم، وتنوع الثقافات والآراء عبر النشرات الإخبارية والروبورتاجات، والبرامج الثقافية والنقاشات كما ينتمي موظفو المجموعة إلى 66 جنسية مختلفة.
- يبلغ جمهور إذاعة فرنسا الدولية وتلفزيون فرونس 24 وإذاعة مونت كارلو مجتمعة في كل أسبوع أكثر من 176 مليون مشاهدة ومستمع تم إحصاؤهم في أقل من ثلث البلدان التي تبث فيها، وتسجل صفحاتها في الوسائط الإعلامية الجديدة معدل 35 مليون زيارة شهريا (معدل 2018) من بينهم ما يقارب من 45% خاص بالبث باللغات الأجنبية، بلغ عدد المشتركين في صفحاتها على الفيسبوك وعلى تويتر 65 ملايين متابع (ديسمبر 2018).

مجموعة إعلام فرنسا العالمي هي الشركة الأم لـ CFI الوكالة الفرنسية للتعاون الإعلامي وهي من المساهمين في رأسمال القناة العامة الناطقة باللغة الفرنسية Tv monde⁽¹⁾.

1.2 أهم برامج قناة France24:

تقدم القناة العديد من البرامج الإخبارية والبرامج الاقتصادية إلى جانب تقديم مجموعة متنوعة من البرامج الأخرى، كما تقدم القناة نشرات الأخبار مدتها 10 دقائق كل نصف ساعة مباشرة ونذكر هنا أهم برامج فروس 24:⁽²⁾

- باريس مباشر: هو البرنامج الحوارى الرئيسى اليومى يسلط الضوء على حدث أو موضوع معين ويتكون من ثلاث فقرات فقرة النقاش وفقرة موجهة الحدث وفقرة أصوات الشبكة يث هذا البرنامج خمس مرات فى الأسبوع.

-النشرة المغاربية، فترة إخبارية تهتم بأخبار وتقارير من دول المغرب العربى.

-وقفة مع الحدث: برنامج يعتمد على التحليل كطريقة من أجل القاء الضوء على أبعاد حدث دولى بارز فى الأخبار يتداول على تقديمه كل من خالد الغربلى وعبد الله العالى يث يومياً، ويعبر هذا البرنامج عن موقف القناة والسياسة الفرنسية من أهم الأحداث الجارية.

-برنامج آراء: برنامج اسبوعى يناول وجهات النظر حول القضايا والأحداث السياسية المختلفة من خلال عدد الصحفيين المتخصصين فى موضوع الحلقة.

- برنامج مراقبون: برنامج أسبوعى يتناول⁽³⁾ أهم الوقائع والأحداث الدولية الراهنة من خلال شهادات مباشرة لأشخاص عايشوا الحدث عن قرب حيث يعرض صوراً ونصوصاً وأشرطة فيديو وتسجيلات أرسلها مراقبون هواة، و التأكد من صحتها، وثم ترجمتها من قبل القناة.

-برنامج منتدى الصحافة: برنامج أسبوعى يعالج تغطية الصحافة والإعلام للأحداث الدولية من خلال نقاش مباشر مع الصحفيين والمراسلين العرب داخل فرنسا وخارجها.

تاريخ الدخول 2020/ 02/18 -France medias monde com/org-⁽¹⁾

⁽²⁾ - برامج France24.com تاريخ الدخول: 2020/01/10.

⁽³⁾ - برامج France24.com تاريخ الدخول: 2020/01/10.

-برنامج خبايا الاقتصاد: برنامج أسبوعي يبحث القضايا الاستراتيجية ويتناول بالتحليل والنقاش كافة القضايا الاقتصادية.

-تذكرة عودة: برنامج أسبوعي تهتم بقضايا هم الجمهور تتعلق بآماكن تاريخية أو حروب أهلية ولها نسبة مشاهدة لا بأس بها.

- تكنو فيليا: برنامج أسبوعي يهتم بآخر التطورات الحاصلة في عالم تكنولوجيا وآخر الاختراعات.

-برنامج ضيف ومسيرة: برنامج أسبوعي يستضيف شخصيات بارزة في الوطن العربي في مجالات عدة كالفن والمسرح والتمثيل والغناء ولكن الملاحظ هناك تركيز على الشخصيات المتشعبة بالفكر الغربي والفرنسي خاصة.

- في فلك الممنوع: برنامج أسبوعي يعرض إلى المواضيع والقضايا الحساسة ومحاولة إثراء النقاش حول من خلال شخصيات مختارة ذات آراء متناقضة ومتطرفة، وتناقش قضايا تعتبر طابوهات، كالإباحة الجنسية والمثليين وتعدد الزوجات....، وغيرها قد تثير مثل هذه البرامج المزيد من البلبلة والتشكيك لدى الجماهير.

-باب الويب: برنامج يومي في دقائق يبادل مساهمات الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

بالإضافة إلى برامج أخرى متنوعة ضمن الشبكة البرمجية لفرونس 24، وهي مراسلون، هواء مصر، هي الحدث، رياضة 24، عين على الكوكب هاشتاغ، وجها لوجه، أنتم هنا، أوروبا اليوم، ثقافة، الصحة أولا، أسرار باريس.

المطلب الثاني: إجراءات المعالجة الإحصائية لاستمارة تحليل المحتوى

1. اختبار صدق استمارة تحليل المحتوى Validity

صدق التحليل عملية جوهرية في أي تحليل محتوى ويقضي بالتحقق من صلاحية أسلوب تحليل الظاهرة محل البحث أي صدق استمارة تحليل المحتوى لتأكد من استجابتها لموضوع الدراسة، وقد استخدمت الباحثة أسلوب الصدق الظاهري ويفترض في هذا الأسلوب أنه أداة لقياس بكفاءة ما يفهم منه ظاهرياً إذا كانت الفئات قد حددت بشكل صارم، وإذا كانت إجراءات التحليل قد أجريت بشكل ملائم.

وللتأكد من صدق الاستمارة عرضت الباحثة استمارة تحليل المحتوى على عدد من المحكمين والخبراء من الأساتذة في الإعلام والاتصال والعلوم الاقتصادية للحكم على صلاحية الاستمارة،⁽¹⁾ وقد قامت الباحثة بإجراء التعديلات المطلوبة على استمارة تحليل المحتوى للوصول إلى شكلها النهائي قبل تحليل محتوى التغطية الإخبارية للقنوات محل الدراسة.

2. ثبات استمارة تحليل المحتوى Relability

يشير الثبات بين المحكمين إلى مستويات الاتفاق بينهم لذا يجب على الباحث أن يحدد درجة الاتساق بين المرزبين التي يجب ان تكون كبيرة «وإذا أخفقت النتائج في تحقيق الثبات فهناك حينئذ شيء ناقص مع المرزبين أو تعليمات الترميز أو تعريفات الشريحة (الفئة) أو وحدة التحليل أو خليط من هذه الأمور»⁽²⁾

ونسعى من خلال هذا الاختبار التأكد من تحقيق درجة عالية من الاتساق بين فئات التحليل إذا طبقت من طرف أكثر من باحث في أوقات مختلفة وبهدف تحقيق ذلك قامت الباحثة باختبار الاتساق عبر الزمن من خلال إعادة تحليل المحتوى للعناصر الأساسية في البحث في كل من قناة France24.

(1) - مجموعة من الأساتذة الجامعيين المحكمين وهم:

-الأستاذ جمال العيفة، بروفيسور، قسم الاعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، عنابة.

-الأستاذة ليلى فيلالى بروفيسور، قسم الدعوة والاعلام، الجامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة.

-الأستاذة مصباح سماح، بروفيسور، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة 2.

-الأستاذة سكينه العابد، بروفيسور، كلية الاعلام والاتصال، جامعة صالح بونيدر، قسنطينة 3.

(2) -روجر ويهر واخرون، مدخل الى مناهج البحث العلمي، ترجمة صالح أبو أصبع وفاروق منصور، مركز دراسات الوحدة العربية ط1

BBC لمدة أسبوع كامل وإعادة التحليل لنفس العناصر لمدة أسبوع آخر على النشرات الإخبارية الرئيسية وتحصلت على النتائج التالية :

N عدد الحالات التي تم الاتفاق عليها في مرحلة الجمع الأولى والثانية = 74

N1 عدد الحالات التي تم ترميزها في مرحلة الجمع الأولى = 93

N2 عدد الحالات التي تم ترميزها في مرحلة الجمع الثانية = 81

وعليه يمكن حساب معامل الثبات حسب هولستي HOLSTI

$$R = \frac{2N}{N1+N2} = \frac{2 \times 74}{93+81}$$

$$R=85\%$$

وتعتبر نتيجة جيدة جدا تؤكد على ثبات العناصر لاستمارة التحليل.

المبحث الثاني: تحليل محتوى النشرات الإخبارية للقنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة بالعربية (محل الدراسة)

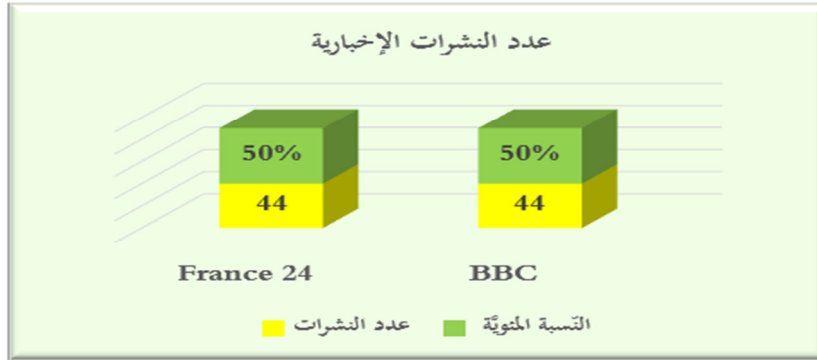
المطلب الأول: وصف النشرات الإخبارية في التغطية للقنوات (محل الدراسة)

الجدول رقم (1): وصف عدد النشرات الإخبارية في القنوات عينة الدراسة.

القنوات	عدد النشرات	النسبة المئوية
France24	44	%50
BBC	44	%50
المجموع	88	%100

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (3): وصف عدد النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

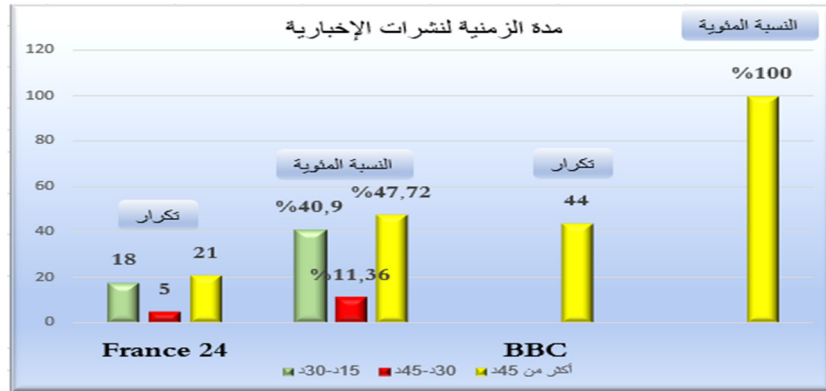
يوضح الجدول ان عدد النشرات الإخبارية لكل من قناة France24 و BBC يبلغ 44 نشرة إخبارية رئيسية، بنسبة 50%، والمجموع هو 88 نشرة إخبارية رئيسية، وهو عدد يفترض أنه يمكننا من قياس وجود أو عدم وجود القواعد المهنية أو وجودها بشكل نسبي في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).

الجدول رقم (2): وصف المدة الزمنية للنشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة) .

المدة الزمنية للنشرات الإخبارية في القنوات محل الدراسة			
BBC		France24	
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
/	/	/	/
/	/	40,90%	18
/	/	11,36%	5
100%	44	47,73%	21
100%	44	100%	44

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (4): وصف المدة الزمنية للنشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

يوضح الجدول المدة الزمنية للنشرات الإخبارية للقنوات France24 و BBC محل الدراسة، وتشير النتائج أن كل النشرات الإخبارية الرئيسية للقناة BBC مدتها الزمنية هي (أكثر من 45 د) بنسبة 100%، أما قناة France24 فالمدة الزمنية لنشرات الإخبارية تتوزع بين (15 د-30 د) بنسبة 40,90% و(30 د-45 د) بنسبة 11,36% وأكثر من 45 د بنسبة 47,72%، وأما المدة الزمنية (أقل من 15 د) فأخذت

الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية.....الإطار التطبيقي

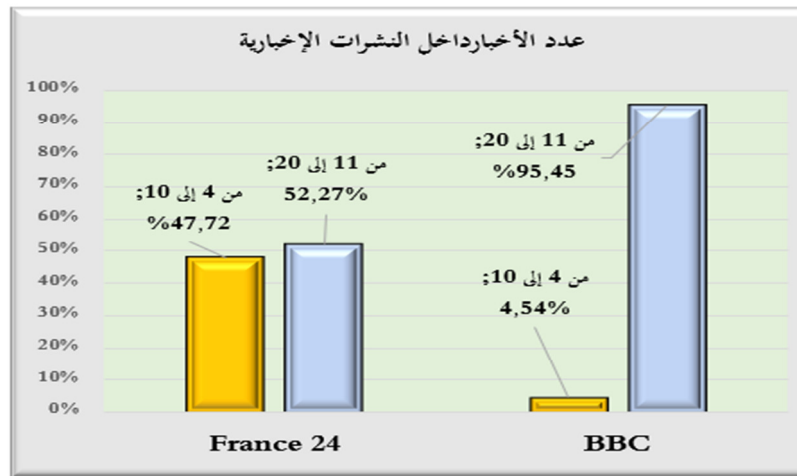
النسبة المعدومة 0% في كلتا القناتين، ومن ملاحظة النشرات ومتابعتها في المجال الزمني للتحليل فإن النشرات الإخبارية الرئيسة لقناة BBC دائما تكون في قرابة الساعة كاملة، أما النشرة الرئيسة لقناة France24 فأحيانا تزداد وتنقص حسب الأحداث الجارية سواء داخل فرنسا، كالاقتخابات الفرنسية أو الأحداث خارجها، ويكون التفصيل في ذلك في جداول لاحقة.

الجدول رقم (3): وصف عدد الأخبار داخل النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة) .

عدد الأخبار داخل النشرات الإخبارية في القنوات محل الدراسة				
BBC		France24		المجالات
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
4,54%	2	47,72%	21	من 4 إلى 10
95,46%	42	52,28%	23	من 11 إلى 20
/	/	/	/	أكثر من 20
100%	44	100%	44	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (5): وصف عدد الأخبار داخل النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

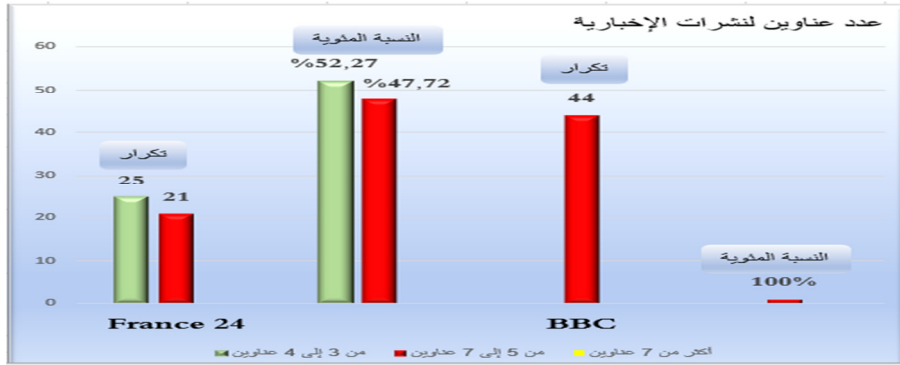
يوضح الجدول عدد الأخبار داخل النشرات الإخبارية الرئيسية للقنوات BBC و France24 محل الدراسة عدد الأخبار في النشرات الإخبارية الرئيسية في العدد المتراوح ما بين (4 و10) يبلغ نسبة 47,72% بالنسبة لقناة France24 ونسبة 4,54% بالنسبة لقناة BBC، أما العدد المتراوح ما بين (11 و20) فقد بلغ نسبة 52,27% لقناة France24 ونسبة 95,45% للقناة BBC، أما عدد العناوين (أكثر من 20) فالعدد معدوم 0% في كلتا القناتين، ومنه فإن عدد الأخبار في قناة BBC يتفوق على عدد الأخبار في النشرات الإخبارية لقناة France24، وهذا يرجع إلى أن المدة الزمنية للنشرات الإخبارية لقناة BBC أكبر من المدة الزمنية للنشرات الإخبارية لقناة France24 مثلما يوضحه الجدول 2، بالإضافة إلى التزام قناة France24 بالسياسة التحريرية في تقديم الأخبار، وهي الاعتماد على عدد محدد من الأخبار في نشراتها الإخبارية.

الجدول رقم (4): وصف عدد عناوين النشرات الإخبارية في القنوات الإخبارية (محل الدراسة) .

عدد عناوين النشرات الإخبارية في القنوات الإخبارية محل الدراسة				
BBC		France24		عدد عناوين
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
/	/	54,35%	25	من 3 إلى 4 عناوين
100%	44	45,65%	21	من 5 إلى 7 عناوين
/	/	/	/	أكثر من 7 عناوين
100%	44	100%	46	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (6): وصف عدد عناوين النشرات الإخبارية في القنوات الإخبارية (محل الدراسة).



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

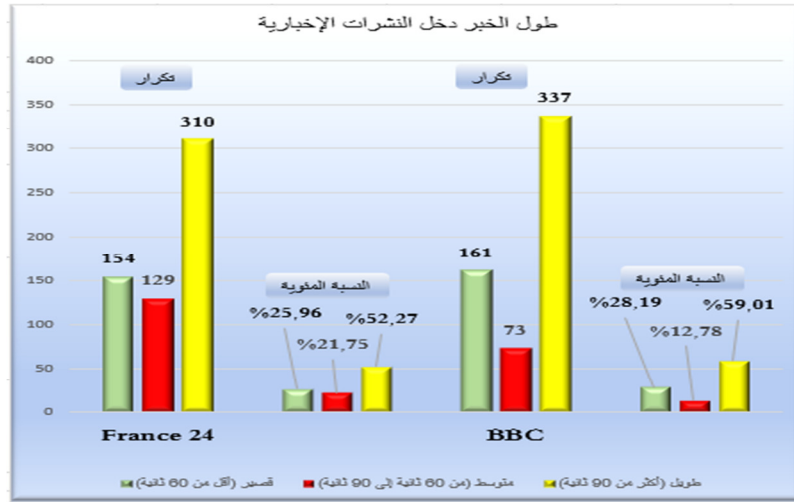
يوضح الجدول أن عدد العناوين داخل النشرات في قناة Fe24 في العدد المتراوح ما بين (3 و4) 52,27% وفي العدد المتراوح ما بين (4-7) نسبة 47,72% بينما في نشرات أخبار قناة BBC عدد العناوين في كل النشرات محصور ما بين (4-7) نسبة 100% والعدد معدوم بالنسبة للقناتين فما يخص العدد (أكبر من 7) عناوين، وتتفق هذه النتائج مع طول المدة الزمنية لنشرات أخبار BBC مقارنة بطول نشرات قناة Fe24 حسب الجدول السابق. وان قناة France24 تضع العناوين الأخبار الأكثر أهمية في النشرة، وبهذا يكون شريط العناوين أقصر مما يتوافق مع طول النشرة.

الجدول رقم (5): وصف طول الخبر داخل النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).

طول الخبر داخل النشرات الإخبارية في القنوات محل الدراسة				
BBC		France24		طول الخبر
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
28,20%	161	25,97%	154	قصير (أقل من 60 ثانية)
12,78%	73	21,75%	129	متوسط (من 60 ثانية إلى 90 ثانية)
59,02%	337	52,28%	310	طويل (أكثر من 90 ثانية)
100%	571	100%	593	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (7): وصف طول الخبر داخل النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

يوضح الجدول ان طول الخبر في النشرات الإخبارية للقنوات France24 و BBC محل الدراسة يحتل أعلى نسبة هو الخبر الطويل (أكثر من 90 ثانية) في كلا القناتين نسبة 59,01% في قناة BBC ونسبة 52,27% في قناة France24، ثم الخبر القصير (أقل من 60 ثانية) في المرتبة الثانية بنسبة 28,19% في قناة BBC، ونسبة 25,96% في قناة France24، أما الخبر المتوسط (60 ثا - 90 ثا) فقد أخذ نسبة 21,75% في قناة France24 ونسبة 12,78% في قناة BBC، وهذا يدل على ان قناة BBC تتفوق على قناة France24 في الخبر الطويل والقصير، وتتفوق قناة France24 على BBC في الخبر المتوسط.

المطلب الثاني: الدراسة التحليلية لوجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

1 - وجود قاعدة الدقة الشاملة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

1_1 وجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

الجدول رقم (6): وصف وجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).

وجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)				
BBC		France24		قاعدة دقة المعلومة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
23,70%	100	22,48%	98	ذكر مصدر المعلومة
9,95%	42	19,72%	86	خلط المعلومات بالتحليلات والتكهنات الذاتية
9%	38	5,50%	24	ذكر المعلومة من مصدر مجهول
17,06%	72	16,97%	74	الاعتماد على مصادر موثوقة
16,59%	70	11,01%	48	حذف جزء من المعلومة
23,70%	100	24,31%	106	الدقة في الاسماء والأرقام
100%	422	100%	436	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

يوضح الجدول وجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية في القنوات محل الدراسة فجاءت عبارة (الدقة في الاسماء والأرقام) في المرتبة الأولى بنسبة 24,31% في قناة France24، ونسبة 23.70% في قناة BBC بنما جاءت عبارة (ذكر مصدر المعلومة) في المرتبة الأولى بالنسبة لقناة BBC بنسبة 23,70%، والمرتبة الثانية بالنسبة لقناة France24 بنسبة 22,48%، وجاءت في المرتبة الثالثة عبارة (خلط المعلومات بالتحليلات والتكهنات الذاتية) بالنسبة لقناة France24 بنسبة 19,72%، وفي المرتبة الخامسة بالنسبة لقناة BBC بنسبة 9,95% و(عبارة الاعتماد على مصادر موثوقة) في المرتبة الرابعة بالنسبة للقناتين، في قناة BBC بنسبة 17,06%، وفي قناة France24 بنسبة 16,97%، وبعدها جاءت عبارة (حذف

جزء من المعلومة) في قناة BBC بنسبة 16,58%، وفي قناة France24 بنسبة 11,00%، وأخيرا (عبارة ذكر المعلومة من مصدر مجهول) بنسبة 9,00% في قناة BBC، ونسبة 5,50% في قناة France24.

ومن خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أن قناة BBC تتفوق بفارق بسيط في عبارة (ذكر مصدر المعلومة) و(عبارة الاعتماد على مصادر موثوقة) ولها نسبة أكبر في عبارة (حذف جزء من المعلومة)، أما قناة France24 فهي تتفوق على قناة BBC بفارق بسيط في عبارة (الدقة في الاسماء والأرقام) وبفارق ملموس في عبارة (خلط المعلومات بالتحليلات والتكهنات الذاتية).

إن دقة المعلومة في التغطية تتحدد باعتماد الدقة في الاسماء والارقام، واعتماد المصادر الموثوق بها وذكرها، والحرص على إعطاء المعلومة كاملة دون حذف أو زيادة، وإذا لزم الأمر واضطر الصحفي للاعتماد على مصادر مجهولة التي يفترض أن تكون نسبتها معقولة، والتي حازت على أضعف نسبة بالنسبة للقناتين، يوصي الخبراء ⁽¹⁾ "بتوثيق المعلومات بالاستعانة بمصادر أخرى حتى لو لم تذكر اسمها، بهدف التأكد وتعدد المصادر".

ولتأكيد النتائج المتحصل عليها في دقة المعلومة قامت الباحثة بحساب ما يلي:

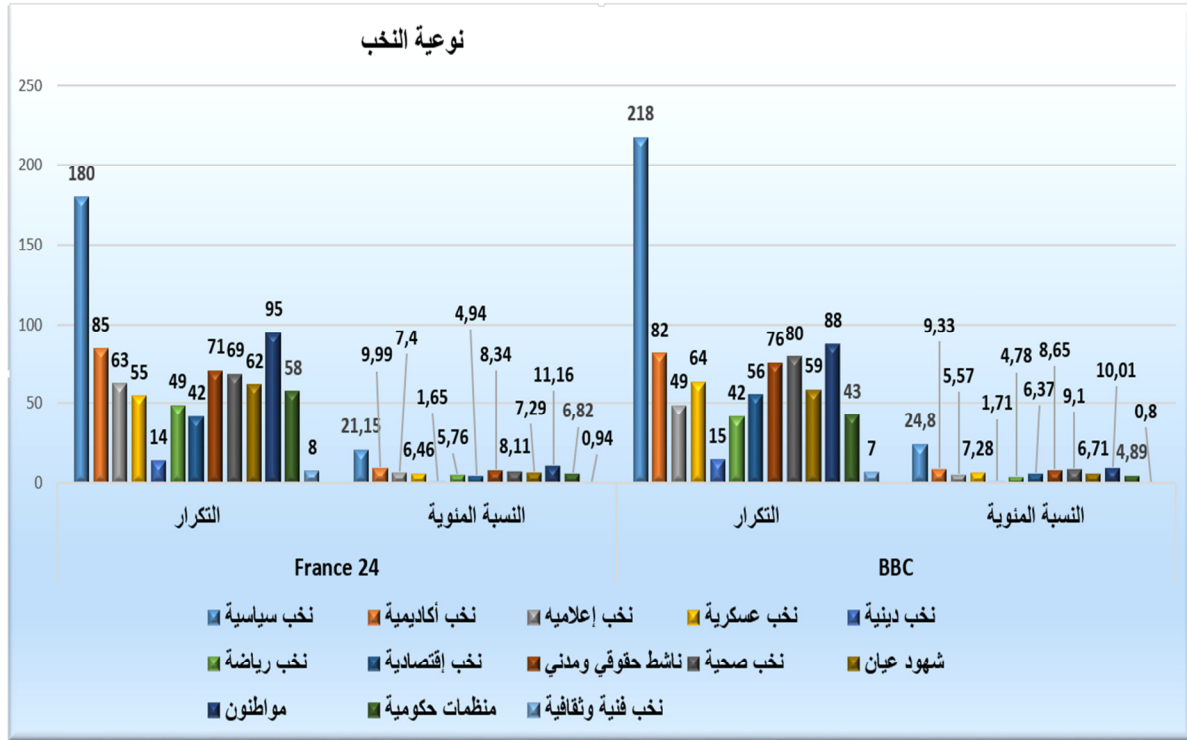
(1) - هيربرت سترنز، مرجع سابق، ص 121، 138، 137.

الجدول رقم (7): وصف نوعية النخب كمصدر للتغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).

نوعية النخب كمصدر للتغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)				
BBC		France24		القضايا المطروحة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%24,80	218	%21,15	180	نخب سياسية
%9,33	82	%9,99	85	نخب أكاديمية
%5,57	49	%7,40	63	نخب إعلامية
%7,28	64	%6,46	55	نخب عسكرية
%1,71	15	%1,65	14	نخب دينية
%4,78	42	%5,76	49	نخب رياضية
%6,37	56	%4,94	42	نخب اقتصادية
%8,65	76	%8,34	71	ناشط حقوقي ومدني
%9,10	80	8,11%	69	نخب صحية
%6,71	59	%7,29	62	شهود عيان
%10,01	88	%11,16	95	مواطنون
%4,89	43	%6,82	58	منظمات حكومية
%0,80	7	%0,94	8	نخب فنية وثقافية
%100	879	%100	851	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (8): وصف نوعية النخب كمصدر للتغطية الإخبارية في القنوات محل الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

يوضح الجدول نوعية النخب كمصدر للتغطية الإخبارية للقنوات محل الدراسة حيث جاءت أعلى نسبة (نخب سياسية) بالنسبة للقناتين حيث جاءت بنسبة 24,80% في قناة BBC ونسبة 21,15% في قناة France24، ثم في المرتبة الثانية (مواطنون) بنسبة 11,16% في قناة France24، ونسبة 10,01% في قناة BBC، ثم في المرتبة الثالثة نخب أكاديمية بنسبة 9,99% في قناة BBC ونسبة 9,33% في قناة France24، في المرتبة الرابعة (ناشط حقوقي ومدني) بنسبة 8,34% في قناة France24 والمرتبة الخامسة بنسبة 8,65% في قناة BBC، واحتلت (نخب صحفية) المرتبة الخامسة في قناة France24 بنسبة 8,11% والمرتبة الرابعة في قناة BBC بنسبة 9,10%، ثم في المرتبة السادسة (نخب إعلامية) في قناة France24 بنسبة 7,40% والمرتبة التاسعة بالنسبة لقناة BBC بنسبة 5,57%، وفي المرتبة السابعة (شهود عيان) في قناة France24 بنسبة 7,29% والمرتبة الثامنة بالنسبة لقناة BBC بنسبة 6,71%، وجاءت (منظمات حكومية) في المرتبة الثامنة في قناة France24 بنسبة 6,82% والمرتبة العاشرة بالنسبة لقناة BBC بنسبة 4,89%، أما (نخب عسكرية) فاحتلت المرتبة التاسعة في قناة France24 بنسبة 6,46% والمرتبة السادسة في قناة BBC بنسبة 7,28%، وجاءت في المرتبة العاشرة (نخب رياضية) في قناة France24 بنسبة

5,76% والمرتبة التاسعة في قناة BBC بنسبة 4,78%، والمرتبة الحادي عشرة (نخب اقتصادية) في قناة France24 بنسبة 4,94% والمرتبة السابعة في قناة BBC بنسبة 6,37%، والمرتبة ما قبل الأخيرة (النخب الدينية) في القناتين بنسبة 1,71% في قناة BBC ونسبة 1,65% في قناة France24، والمرتبة الأخيرة في القناتين كانت (نخب فنية وثقافية) بنسبة 0,94% في قناة France24 ونسبة 0,80% في قناة BBC .

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أن قناة BBC. تتفوق على قناة France24 في (النخب السياسية) و(النخب العسكرية) و(النخب الاقتصادية) و(النخب الصحية) وتتفوق قناة France24 على قناة BBC في (نخب إعلامية) و(نخب رياضية) و(شهود العيان) و(مواطنون) و(منظمات حكومية) وتقارب النتائج بشكل كبير في (نخب أكاديمية) و(نخب دينية) و(نخب فنية وثقافية) و(ناشط حقوقي مدني) .

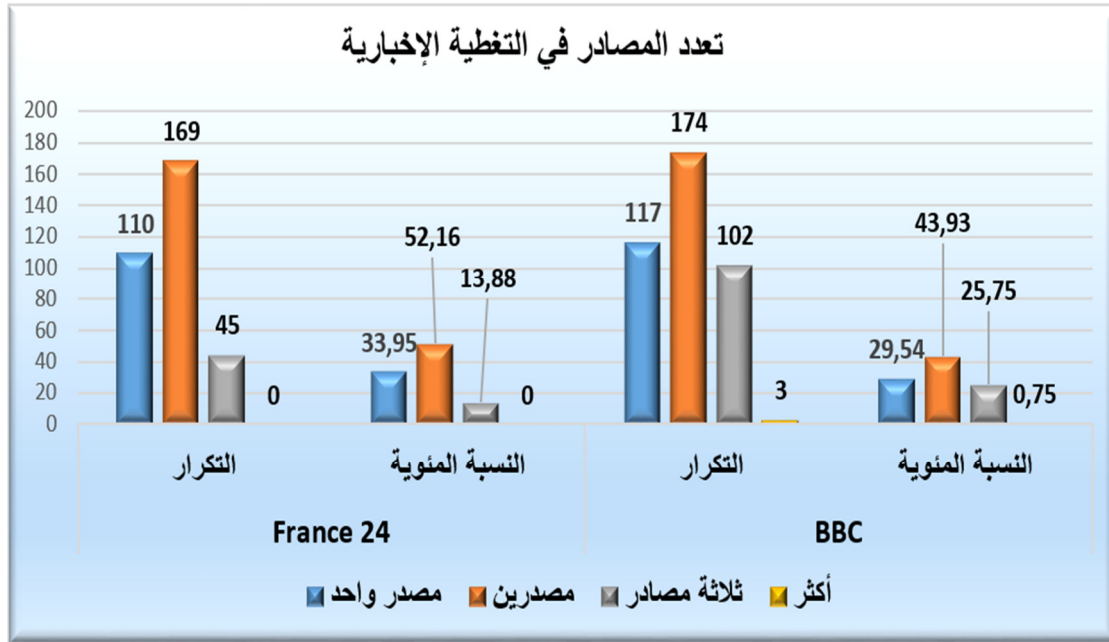
إن النخب المعتمدة في التغطية متنوعة بالنسبة للقناتين وهذا شيء مطلوب وحتمي، وتفوق (النخب السياسية) يمكن أن يفسر بأن القناتين إخباريتين، ويغلب عليها الأخبار السياسية، والسياسيون هم محور الأخبار في النشرات الإخبارية وتتفوق في ذلك قناة BBC، وكذلك (النخب الأكاديمية)، والتي تمتلك القدرة على التحليل المنطقي، و(النخب العسكرية) كمصدر للتغطية خاصة مع كثرة اللزمات والنزاعات والحروب في العالم، والنخب الإعلامية لرصد ما وراء الأخبار وتتفوق في ذلك قناة France24.

الجدول رقم (8) : وصف تعدد المصادر في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).

تعدد المصادر في التغطية الإخبارية في القنوات محل الدراسة				
BBC		France24		تعدد المصادر
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
29,55%	117	33,95%	110	مصدر واحد
43,94%	174	52,17%	169	مصدرين
25,76%	102	13,88%	45	ثلاثة مصادر
0,76%	3	/	/	أكثر
100%	396	100%	324	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (9): وصف تعدد المصادر في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

يتضح من خلال الجدول الخاص بتعدد المصادر في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة) أن أعلى نسبة والمرتبة الأولى كانت الاعتماد على (مصدرين) بالنسبة للقناتين، حيث كانت بنسبة 52,17% في قناة France24 ونسبة 43,94% بالنسبة لقناة BBC، والمرتبة الثانية كانت الاعتماد على (مصدر واحد) في قناة France24 بنسبة 33,95% ونسبة 29,55% بالنسبة لقناة BBC، أما المرتبة الثالثة كانت الاعتماد على ثلاثة مصادر في التغطية فجاءت بنسبة 25,76% في قناة BBC ونسبة 13,88% في قناة France24، أما الاعتماد على أكثر من ثلاثة مصادر فجاءت بنسبة 0,76% في قناة BBC وانعدمت 0% في قناة France24.

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أن قناة France24 تتفوق على قناة BBC في الاعتماد في التغطية على مصدرين وعلى مصدر واحد، أما الاعتماد على ثلاثة مصادر فتتفوق قناة BBC على قناة France24، وتتفوق عليها أيضا في الاعتماد على أكثر من ثلاثة مصادر.

إن تعدد المصادر مطلوب في التغطية الإخبارية، حيث أثبتت الدراسات الإعلامية أن التعدد والتنوع في المصادر الإخبارية التي تستقي منها الوسيلة الإعلامية أخبارها ومعلوماتها يمثل تعدادا وتنوعا في الأخبار التي يبثها وعلى هذا الأساس أصبح نجاح الخدمة الإخبارية يقاس بمدى ما تملكه من مصادر إخبارية⁽¹⁾.

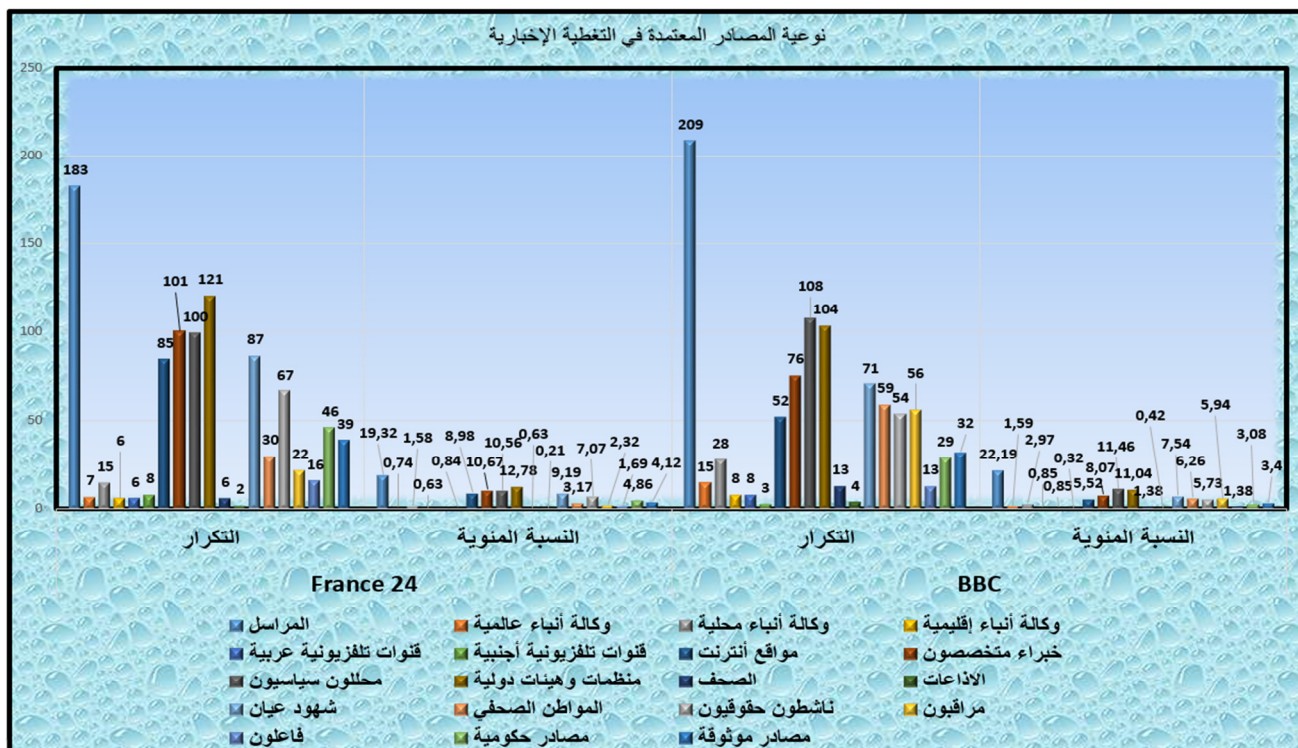
(1) - كرم شلي، مرجع سابق، ص 69.

الجدول رقم (9): وصف نوعية المصادر المعتمدة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).

نوعية المصادر المعتمدة في التغطية الإخبارية في القنوات محل الدراسة				
BBC		France24		نوعية المصادر المعتمدة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%22,19	209	%19,32	183	المراسل
%1,59	15	%0,74	7	وكالة أنباء عالمية
%2,97	28	%1,58	15	وكالة أنباء محلية
%0,85	8	%0,63	6	وكالة أنباء إقليمية
%0,85	8	%0,63	6	قنوات تلفزيونية عربية
%0,32	3	%0,84	8	قنوات تلفزيونية أجنبية
%5,52	52	%8,98	85	مواقع أنترنت
%8,07	76	%10,67	101	خبراء متخصصون
%11,46	108	%10,56	100	محللون سياسيون
%11,04	104	%12,78	121	منظمات وهيئات دولية
%1,38	13	%0,63	6	الصحف
%0,42	4	%0,21	2	الاذاعات
%7,54	71	%9,19	87	شهود عيان
%6,26	59	%3,17	30	المواطن الصحفي
%5,73	54	%7,07	67	ناشطون حقوقيون
%5,94	56	%2,32	22	مراقبون
%1,38	13	%1,69	16	فاعلون
%3,08	29	%4,86	46	مصادر حكومية
%3,40	32	%4,12	39	مصادر موثوقة
%100	942	%100	947	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (10): وصف نوعية المصادر المعتمدة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

يتضح من خلال الجدول الخاص بنوعية المصادر في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة) ان المرتبة الأولى في كلتا القناتين كانت (المراسل) بنسبة 22,19% في قناة BBC ونسبة 19,32% في قناة France24، والمرتبة الثانية (منظمات وهيئات دولية) في قناة France24 بنسبة 12,78% والمرتبة الثالثة في قناة BBC بنسبة 11,04%، وجاء (محللون سياسيون) في المرتبة الثالثة في قناة France24 بنسبة 10,56% والمرتبة الثانية في قناة BBC بنسبة 11,46%، والرتبة الرابعة كانت (خبراء متخصصون) في قناة France24 بنسبة 10,67% والمرتبة الرابعة في قناة BBC بنسبة 8,07%، والرتبة الخامسة (شهود عيان) في قناة France24 بنسبة 9,19% والمرتبة الخامسة في قناة BBC بنسبة 7,54%، والمرتبة السادسة (مواقع أنترنت) في قناة France24 بنسبة 8,98% والمرتبة العاشرة في قناة BBC بنسبة 5,52%، والمرتبة السابعة (نشطاء حقوقيون) في قناة France24 بنسبة 7,07% والمرتبة التاسعة في قناة BBC بنسبة 5,73%، والمرتبة الثامنة (مصادر حكومية) في قناة France24 بنسبة 4,86% والمرتبة الحادي عشرة في قناة BBC بنسبة 3,08% والمرتبة التاسعة (مصادر موثوقة) في قناة France24 بنسبة 4,12% والمرتبة العاشرة في قناة BBC بنسبة 3,40%، واحتل (المواطن الصحفي) المرتبة العاشرة في قناة France24 بنسبة 3,17% والمرتبة السادسة في قناة BBC بنسبة 6,26%، وجاء (مراقبون) في المرتبة الحادي عشرة في قناة France24

بنسبة 2,32% والمرتبة السابعة في قناة BBC بنسبة 5,94%، وجاء (فاعلون) في المرتبة الثانية عشرة في قناة France24 بنسبة 1,69% والمرتبة الرابع عشرة في قناة BBC بنسبة 1,38%، وفي المرتبة الثالثة عشرة (وكالات انباء محلية) في قناة France24 بنسبة 1,58% والمرتبة الثانية عشرة في قناة BBC بنسبة 2,97%، وجاء في المرتبة الرابعة عشرة (قنوات تلفزيونية اجنبية) في قناة France24 بنسبة 0,84% والمرتبة الثامنة عشرة والأخيرة في قناة BBC بنسبة 0,32%، واحتلت (وكالات انباء عالمية) المرتبة الخامسة عشرة في قناة France24 بنسبة 0,74% والمرتبة الثالثة عشرة في قناة BBC بنسبة 1,59%، أما (وكالات انباء إقليمية) فجاءت في المرتبة السادسة عشرة في قناة France24 بنسبة 0,63% والمرتبة السادسة عشرة في قناة BBC بنسبة 0,85%، و(وكالات انباء عربية) في المرتبة السابعة عشرة في قناة France24 بنسبة 0,63% والمرتبة السابعة عشرة في قناة BBC بنسبة 0,85%، والمرتبة الثامنة عشرة (الصحف) في قناة France24 بنسبة 0,63% والمرتبة الخامسة عشرة في قناة BBC بنسبة 1,38%، وجاءت الإذاعات في المرتبة التاسعة والأخيرة في قناة France24 بنسبة 0,21% والمرتبة الثامنة عشرة في قناة BBC بنسبة 0,42%.

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا ان قناة France24 تتفوق على قناة BBC فيما يخص نوعية المصادر المعتمدة في التغطية الإخبارية في (منظمات وهيئات الدولية) و(خبراء مختصون) و(شهود عيان) و(مواقع انترنت) و(ناشطون حقوقيون) و(مصادر حكومية) و(مصادر موثوقة) و(قنوات تلفزيونية اجنبية)، وتتفوق قناة BBC على قناة France24 في اعتماد المصادر الاتية في تغطيتها الإخبارية وهي: (المراسل) و(محللون سياسيون) و (لمواطن الصحفي) و(مراقبون) وتتقارب النتائج بشكل كبير في اعتماد المصادر الاتية : (فاعلون) و(الإذاعات) و(وكالات انباء إقليمية) و(قنوات تلفزيونية عربية) و(قنوات تلفزيونية اجنبية) .

إن التغطية الإخبارية في كلتا القناتين تعتمد على مصادر متنوعة، وتبرز أهمية هذه المصادر من خلال الحاجة إليها في حالة عدم توفر مصادر أخرى، وجاء المراسل أهم هذه المصادر التغطية هذا المراسل الذي بدوره له مصادره الخاصة، وهذا يعكس حرص القناتين خاصة قناة BBC على الحصول على المعلومة من مصادرها الأولية.

إن المصادر الإخبارية لها دورا كبيرا ومهما في توجيه وانتقاء واختيار الأخبار ونشرها وتحدد ذلك بدرجة كبيرة العلاقة بين المراسل والمصادر من جهة ومدى تأثير هذا الأخير على المادة الإخبارية، ومن جهة أخرى علاقة المراسل بسياسة المؤسسة الإعلامية، كما اعتمدت القناتين على المصادر الخارجية

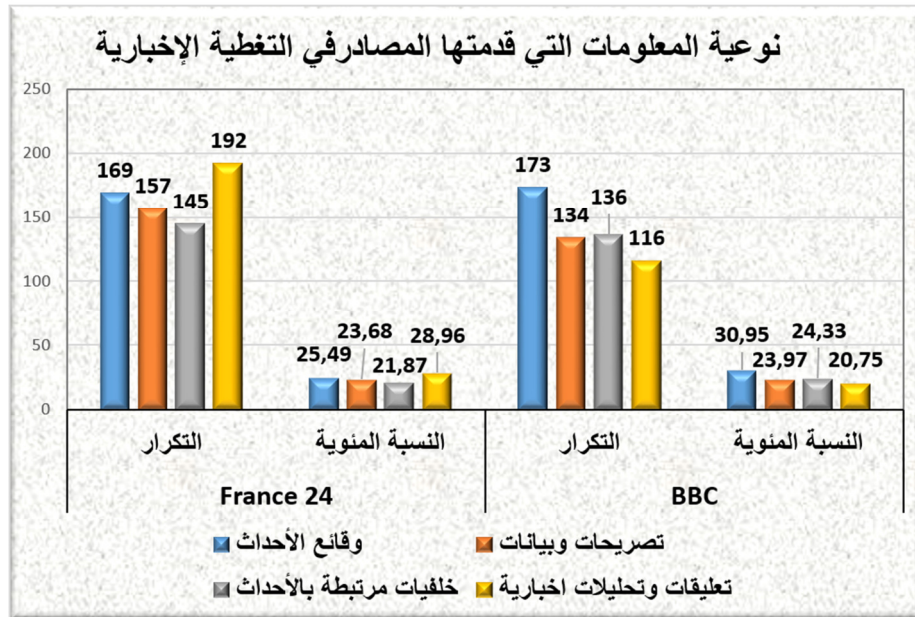
كوكالات الأنباء بأنواعها والقنوات التلفزيونية بأنواعها، وعلى النشطاء، والمراقبون، وعلى المحللون السياسيون، وشهود العيان، والصحفي المواطن هذا الأخير التي تشير الدراسات إلى تزايد دوره في جمع المعلومات عن الأحداث والقضايا ونشرها باستمرار.

الجدول رقم (10): وصف نوعية المعلومات التي قدمتها مصادر التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

نوعية المعلومات التي قدمتها مصادر التغطية الإخبارية في القنوات محل الدراسة			
BBC		France24	
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
30,95%	173	25,49%	169
23,97%	134	23,68%	157
24,33%	136	21,87%	145
20,75%	116	28,96%	192
100%	559	100%	663
المجموع			

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (11): وصف نوعية المعلومات التي قدمتها المصادر في التغطية الإخبارية في القنوات محل الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

يتضح من خلال الجدول الخاص بنوعية المعلومات التي قدمتها المصادر أن المرتبة الأولى كانت (وقائع الأحداث) في قناة BBC بنسبة 30,95% والمرتبة الثانية بالنسبة لقناة France24 بنسبة 25,49%، تم (تعليقات وتحليلات إخبارية) في المرتبة الأولى بالنسبة لقناة France24 بنسبة 28,96% والمرتبة الرابعة في قناة BBC بنسبة 20,75%، وجاءت (خلفيات مرتبطة بالأحداث) في المرتبة الثانية في قناة BBC بنسبة 24,33% والمرتبة الرابعة في قناة France24 بنسبة 21,87%، أما (تصريحات وبيانات) فحلت في المرتبة الثالثة في كلتا القنوات، بنسبة 23,97% في قناة BBC ونسبة 23,68% في قناة France24.

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أنه فيما يخص نوعية المعلومات التي قدمتها المصادر تتفوق قناة BBC في (وقائع الأحداث) و(خلفيات مرتبطة بالأحداث)، وتفوق قناة France24 في (تعليقات وتحليلات إخبارية) وتتقارب النسبة في القنوات في (تصريحات وبيانات). تعتبر (وقائع الأحداث) هو النفل الحي للأحداث بالصوت والصورة، والتي تعطي حقيقة ما جرى وهو أهم مصدر تعتمد عليه التغطية الإخبارية، بالإضافة إلى (التصريحات والبيانات)، والتي هي جزء من الخبر أصحابها هم صناع الأخبار، أما (التعليقات والتحليلات) و(الخلفيات المرتبطة بالأخبار) فهي توضح وتفسر مجريات وما وراء الأخبار للمشاهدين، وهي مجال خصص للتأويل والتوجيه والتحريف من طرف المؤسسة الإعلامية.

من خلال النتائج السابقة الخاصة بدقة المعلومة ونوعية النخب كمصدر، وتعدد المصادر في التغطية، وتنوع هذه المصادر، ونوعية المعلومات التي قدمتها المصادر في التغطية للقنوات محل الدراسة اتضح أن قناة BBC وقناة France24 تلتزمان نسبيا بقاعدة دقة المعلومة مع تفوق بسيط لصالح قناة BBC.

1-2 وجود قاعدة دقة الصورة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

الجدول رقم (11): وصف وجود قاعدة دقة الصورة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).

وجود قاعدة دقة الصورة في التغطية الإخبارية في القنوات محل الدراسة				
BBC		France24		قاعدة دقة الصورة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
28,62%	182	25,16%	156	ذكر مصدر الصورة
25,79%	164	29,68%	184	الحرص على الصوت الطبيعي
16,67%	106	20,32%	126	اقحام المؤثرات البصرية والصوتية
28,93%	184	24,84%	154	تعبير الصورة عن الخير
100%	636	100%	620	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

يتضح من خلال الجدول الخاص بوجود قاعدة الصورة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة) أن المرتبة الأولى كانت لعبارة (تعبير الصورة عن الخير) في قناة BBC بنسبة 28,93% والمرتبة لثالثة في France24 بنسبة 24,84%، وجاءت عبارة ا (الحرص على الصوت الطبيعي) في المرتبة الأولى في قناة France24 بنسبة 29,68% والمرتبة الثالثة في قناة BBC بنسبة 25,79% أمّا عبارة (ذكر مصدر الصورة) فأخذت المرتبة الثانية في كلتا القناتين، في قناة BBC نسبة 28,62% وفي قناة France24 نسبة 25,16%، وعبارة (اقحام المؤثرات البصرية والصوتية) احتلت المرتبة الرابعة في كلتا القناتين بنسبة 20,32% في قناة France24 ونسبة 16,67% في قناة BBC .

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أن قناة BBC. تتفوق على قناة France24 في مؤشرات دقة الصورة فيما يخص (تعبير الصورة عن الخير) و(ذكر مصدر الصورة)، وتفوق قناة France24 في عبارة (الحرص على الصوت الطبيعي) وعبارة (اقحام المؤثرات البصرية والصوتية). إن دقة الصورة في التغطية الإخبارية تستدعي تعبير الصورة عن مضمون الخبر بشكل أساسي حتى يتق المشاهد ويعيش فيه، إضافة إلى ذكر مصدر الصورة سواء أكان من تصوير المراسل أو مأخوذة من قنوات تلفزيونية أخرى، أو من وكالات الأنباء، أو من الأرشيف أو من الأنترنت أو من مصادر أخرى، وهذا يحافظ على سمعة المؤسسة الإعلامية والمحافظة على نزاهتها عند الجمهور، كما يلعب الصوت الطبيعي المصاحب للصورة دورا كبيرا في دقة الصورة وتصديق المشاهد للمعلومة من خلال معايشة الحدث.

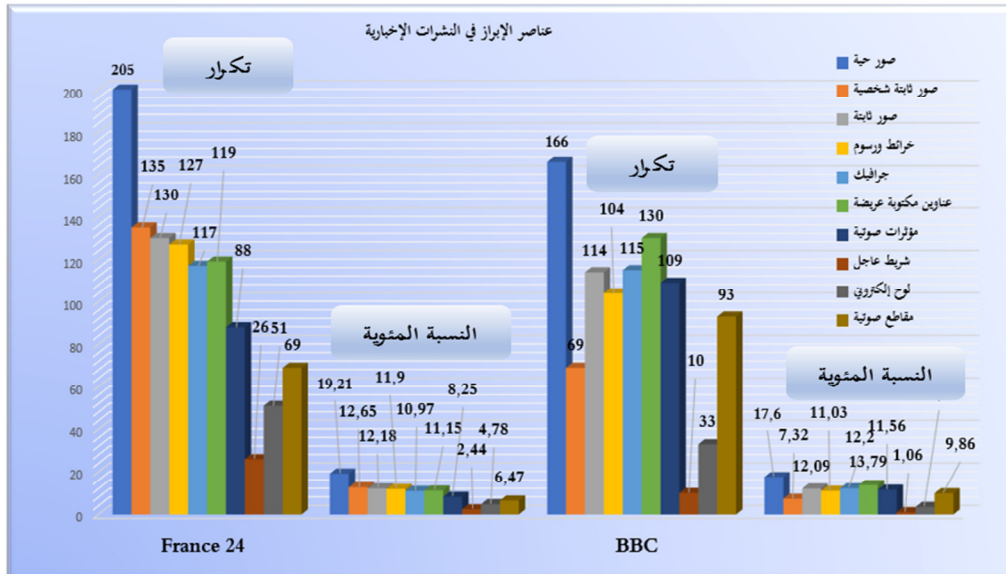
ولتأكيد النتائج المتحصل عليها في دقة الصورة قامت الباحثة بحساب ما يلي:

الجدول رقم (12): وصف عناصر الإبراز في النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).

عناصر الإبراز في النشرات الإخبارية في القنوات محل الدراسة				
BBC		France24		عناصر الإبراز
%	التكرار	%	التكرار	
%17,60	166	%19,21	205	صور حية
%7,32	69	%12,65	135	صور ثابتة شخصية
%12,09	114	%12,18	130	صور ثابتة
%11,03	104	%11,90	127	خرائط ورسوم
%12,20	115	%10,97	117	جرافيك
%13,79	130	%11,15	119	عناوين مكتوبة عريضة
%11,56	109	%8,25	88	مؤثرات صوتية
%1,06	10	%2,44	26	شريط عاجل
%3,50	33	%4,78	51	لوح إلكتروني
%9,86	93	%6,47	69	مقاطع صوتية
%100	943	%100	1067	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (12): وصف عناصر الإبراز في النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

يتضح من الجدول الخاص عناصر الإبراز في النشرات الإخبارية في القنوات محل الدراسة أن المرتبة الأولى كانت (صور حية) في القناتين بنسبة 19,21% في قناة France24 ونسبة 17,60% في قناة BBC، وجاءت (صور ثابتة شخصية) في المرتبة الثانية في قناة France24 بنسبة 12,65% والمرتبة الثامنة في قناة BBC بنسبة 7,32%، وأما (صور ثابتة) فهي في المرتبة الثالثة في قناة France24 بنسبة 12,18% والمرتبة الرابعة في قناة BBC بنسبة 12,09%، و(خرائط ورسوم) في المرتبة الرابعة في قناة France24 بنسبة 11,90% والمرتبة السادسة في قناة BBC بنسبة 11,03%، وحلت (عناوين مكتوبة عريضة) في المرتبة الخامسة في قناة France24 بنسبة 11,15% والمرتبة الثانية في قناة BBC بنسبة 13,79%، وجاء (جرافيك) في المرتبة السادسة في قناة France24 بنسبة 11,15% والمرتبة الثالثة في قناة BBC بنسبة 12,20%، و(مؤثرات صوتية) في المرتبة السابعة في قناة France24 بنسبة 8,25% والمرتبة الخامسة في قناة BBC بنسبة 11,56%، وجاءت (مقاطع صوتية) في المرتبة السابعة في قناة BBC بنسبة 9,86% والمرتبة الثامنة في قناة France24 بنسبة 6,47%، أما (لوحة إلكترونية) فهو في المرتبة التاسعة في قناة France24 بنسبة 4,78% والمرتبة التاسعة أيضا في قناة BBC بنسبة 3,50% والمرتبة العاشرة والأخيرة في كلتا القناتين كانت (شريط عاجل) بنسبة 2,44% في قناة France24 ونسبة 1,06% في قناة BBC.

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أن قناة France24 تتفوق على قناة BBC في عناصر الإبراز الاتية: (صور حية) و(صور ثابتة شخصية)، و(صور ثابتة)، و(خرائط ورسوم)، و(جرافيك) و(لوح الكتروني)، و(شريط عاجل)، وتتفوق قناة BBC على قناة France24 في عناصر الإبراز الاتية: (عناوين مكتوبة عريضة)، و(مؤثرات صوتية)، و(مقاطع صوتية).

إن كلتا القناتين اعتمدتا على عناصر الإبراز المختلفة، والتي أصبحت من أساسيات النشرات الإخبارية، وخاصة (الصور الحية) مع تفوق قناة France24 على قناة BBC، مما يؤكد اعتماد قناة France24 على الصور الحية بشكل أساسي، وهذا ما يعطي أهمية كبرى للمادة المصورة، وتحقيق قدرا من الدقة التي يبحث عنها المشاهد، ويعكس وجود هذا المؤشر حرص واهتمام القناتين في تغطيتهما الإخبارية، واثراء المادة الإخبارية بعنصر يضفي الحيوية والجاذبية على الأخبار المقدمة في النشرة.

وقد احتل الجرافيك المركز الثالث في قناة BBC، وهو مركز متقدم عن عناصر إبراز أخرى، وهو من الأدوات التي فرضتها التكنولوجيا الحديثة، وهو مزج بين الصورة والكتابة الرقمية والخطوط والرموز والألوان لنقل الرسالة للجمهور، وهي أداة ساعدت الصحفيين في توضيح وتفصيل محتوى الأخبار بطريقة تجعل الجمهور يتابع الخبر حتى نهايته، وتجعل المذيع يتفاعل مع المحتوى التي يقدمه على الشاشة بلغة بسيطة وسهلة ومختصرة وهذا ما يحقق الأثر على الجمهور.

3-1 وجود قاعدة دقة اللغة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

الجدول رقم (13): وصف وجود قاعدة دقة اللغة المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).

وجود قاعدة دقة اللغة المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية (محل الدراسة)				
BBC		France24		قاعدة دقة اللغة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
%25,49	78	%30,53	116	الدقة في الترجمة
%10,46	32	%5,79	22	فصل المعلومة عن الرأي
%23,53	72	%18,95	72	استعمال المفردات الصحيحة
%33,99	104	%34,21	130	اعتماد الكلمات الفضفاضة
%6,54	20	%10,53	40	تجنب النعوت
%100	306	%100	380	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

يتضح من خلال الجدول الخاص بوجود قاعدة دقة اللغة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة) أن أعلى نسب والمرتبة الأولى لعبارة (اعتماد الكلمات الفضفاضة) في كلتا القناتين، بنسبة %34,21 في قناة France24 ونسبة %33,99 في قناة BBC، أما المرتبة الثانية كانت لعبارة (الدقة في الترجمة) بالنسبة للقناتين بنسبة %30,53 في قناة France24 ونسبة %25,49 في قناة BBC، ثم عبارة (استعمال المفردات الصحيحة) في المرتبة الثالثة في كلتا القناتين بنسبة %23,53 في قناة BBC ونسبة %18,95 في قناة France24، وحلت عبارة (تجنب النعوت) في المرتبة الرابعة في قناة France24 بنسبة %10,53 والمرتبة الخامسة في قناة BBC بنسبة %6,54، أما عبارة (فصل المعلومة عن كلمات صاحب الرأي) فجاءت في المرتبة في قناة France24 بنسبة %5,79 والمرتبة الخامسة في قناة BBC بنسبة %10,46.

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أن كلتا القناتين اتفقتا على عبارة (اعتماد الكلمات الفضفاضة) في المرتبة الأولى مع تفوق لقناة France24 واتفقتا على عبارة (الدقة في الترجمة) في

المرتبة الثانية مع تفوق لقناة France24، واتفقتا على العبارة (استعمال المفردات الصحيحة) في المرتبة الثالثة مع التفوق لقناة BBC، واختلفتا على عبارة (تجنب النعوت)، وعبارة (فصل المعلومة عن كلمات صاحب الرأي).

إن لغة الصحافة يجب أن تكون واضحة، وبسيطة، ومحكمة، ومفهومة للمشاهد، وبعيدة عن التأويل والمحسنات البلاغية، ومن مؤشرات دقة اللغة: استعمال المفردة الصحيحة، وتجنب الكلمات الفضفاضة ونقص إلى المعلومة المحددة قدر الامكان. وتوحي الدقة في الترجمة دون الوقوع في الحرفية. ونقل الرأي بكلمات صاحب الرأي وفصلها عن المعلومات الأخرى في الخبر. وتجنب النعت ما أمكن ونأتي عوضا عنه بالمعلومة.

إن اعتماد الكلمات الفضفاضة من طرف القناتين في التغطية الإخبارية في المرتبة الأولى بنسبة 34,21% في قناة France24 ونسبة 33,99% في قناة BBC، من شأنه أن يجعل اللغة غير دقيقة بشكل كاف مما يحقق قاعدة دقة اللغة نسبيا فقط.

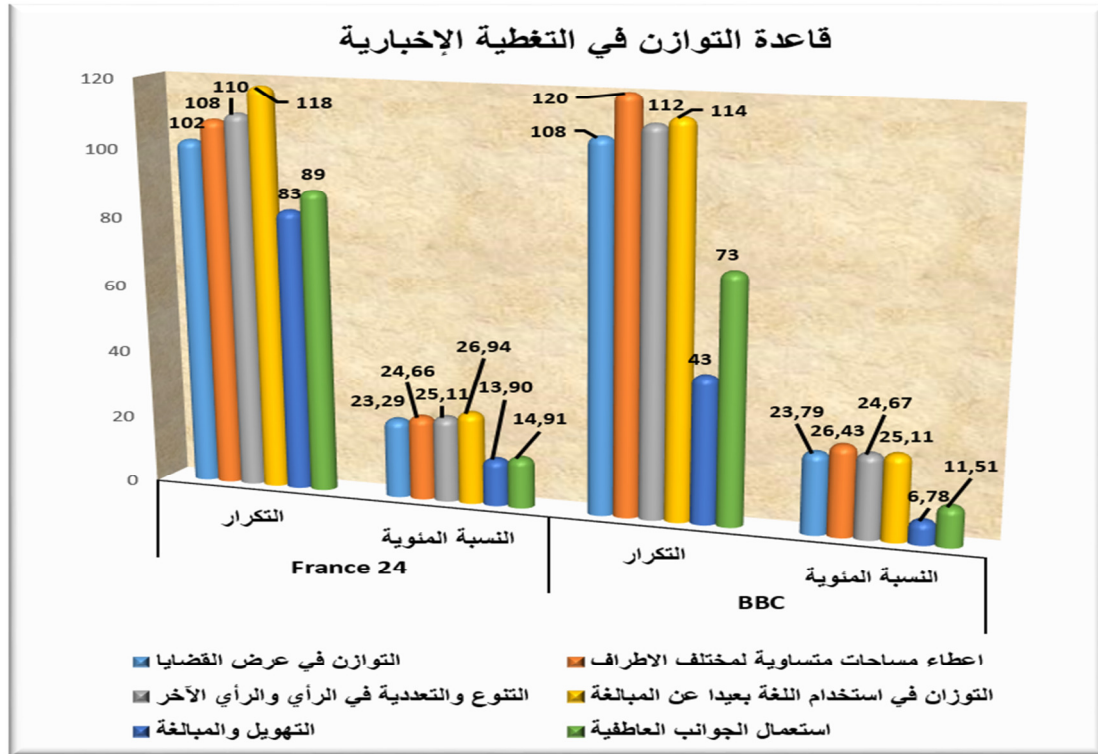
2- وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

الجدول رقم (14): وصف وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).

وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).				
BBC		France24		قاعدة التوازن
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
23,79%	108	23,29%	102	التوازن في عرض القضايا
26,43%	120	24,66%	108	إعطاء مساحات متساوية لمختلف الأطراف
24,67%	112	25,11%	110	التنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر
25,11%	114	26,94%	118	التوازن في استخدام اللغة بعيدا عن المبالغة
100%	454	100%	438	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (13): وصف وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).



يتضح من خلال الجدول الخاص بوجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة) أن أعلى نسبة مئوية والمرتبة الأولى كانت عبارة (التوازن في استخدام اللغة بعيدا عن المبالغة) بنسبة 26,94% في قناة France24 والمرتبة الثانية في قناة BBC بنسبة 25,11%، أما عبارة (التنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر) فجاءت في المرتبة الثانية في قناة France24 بنسبة 25,11%، والمرتبة الثالثة في قناة BBC بنسبة 24,67%، أما عبارة (إعطاء مساحات متساوية لمختلف الأطراف) فاحتلت المرتبة الثالثة في قناة France24 بنسبة 24,66% والمرتبة الأولى في قناة BBC بنسبة 26,43%، وجاءت عبارة (التوازن في عرض القضايا) في المرتبة والأخيرة في القناتين بنسبة 23,79% في قناة BBC ونسبة 23,29% في قناة France24.

من النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أن قناة France24 تتفوق على قناة BBC في عبارة (التوازن في استخدام اللغة بعيدا عن المبالغة) و(عبارة التنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر)، وتتفوق قناة BBC في عبارة (إعطاء مساحات متساوية لمختلف الأطراف)، تتقارب النسبة في عبارة (التوازن في عرض القضايا).

إن كلتا القناتين تسعى إلى تحقيق قدرا من هذه القاعدة، ويمكنها ذلك ببدل بعض جهد لهذا الغرض والنتائج الكمية تؤكد حصول عبارة (عبارة التنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر) على نسبة 25,11% في قناة France24، وعبارة (إعطاء مساحات متساوية لمختلف الأطراف)، كان لها نسبة 26,43%، في قناة BBC مما يرجح الكفة مع فارق بسيط في الالتزام بهذه القاعدة إلى قناة BBC.

إن وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية الأجنبية والالتزام بها من شأنه أن يفسح المجال لكل الآراء للبروز، وهذا ما يؤكد عليه الباحث صالح سليمان " يشير هذا المفهوم إلى آراء عديدة منها أن التوازن يعني افساح المجال لأصحاب الآراء ووجهات النظر المختلفة ليكونوا في دائرة الضوء، وليس فقط اثنين من المتخاصمين أو وجهتي النظر، وهو ما يصور الأمر على أنه هناك اختيارين فقط، بينما هناك الكثير من الحالات والآراء والحلول"⁽¹⁾

ولتأكيد النتائج المتحصل عليها في قاعدة التوازن قامت الباحثة بحساب ما يلي:

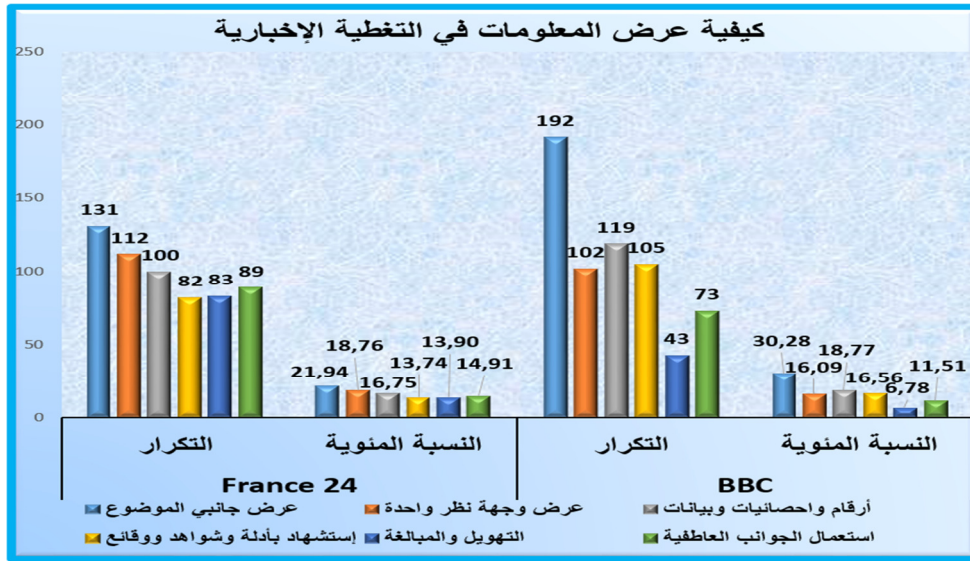
الجدول رقم (15): وصف كيفية عرض المعلومات المعتمدة في التغطية الإخبارية في القنوات محل الدراسة.

كيفية عرض المعلومات المعتمدة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)				
BBC		France24		كيفية عرض المعلومات
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
30,28%	192	21,94%	131	عرض جانبي الموضوع
16,09%	102	18,76%	112	عرض وجهة نظر واحدة
18,77%	119	16,75%	100	أرقام واحصائيات وبيانات
16,56%	105	13,74%	82	استشهاد بأدلة وشواهد ووقائع
6,78%	43	13,90%	83	التهويل والمبالغة
11,51%	73	14,91%	89	استعمال الجوانب العاطفية
100%	634	100%	597	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

(1) _صالح سليمان، أخلاقيات الاعلام وقوانينه، دار الفلاح للنشر والتوزيع، ط4، القاهرة، مصر، ص32.

الشكل رقم (14): وصف كيفية عرض المعلومات المعتمدة
في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

يتضح من خلال الجدول الخاص بكيفية عرض المعلومات في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة) ان عبارة (عرض جانبي الموضوع) أخذت المرتبة الأولى بأعلى نسبة في القناتين حيث أخذت نسبة 30,28% في قناة BBC ونسبة 21,94% في قناة France24، أما عبارة (أرقام واحصائيات وبيانات) فحلت في المرتبة الثانية بنسبة 18,77% في قناة BBC والمرتبة الثالثة بنسبة 16,75% في قناة France24، وأخذت عبارة (استشهاد بأدلة وشواهد ووقائع) المرتبة الثالثة في قناة BBC بنسبة 16,56% والمرتبة السادسة بنسبة 13,74%، وعبارة (عرض وجهة نظر واحدة) فاحتلت المرتبة الرابعة في قناة BBC والمرتبة الثانية في قناة France24 بنسبة 18,76%، وعبارة (استعمال الجوانب العاطفية) جاءت في المرتبة الخامسة في قناة BBC بنسبة 11,51% والمرتبة الرابعة في قناة France24 بنسبة 14,91%، والمرتبة السادسة والأخيرة في قناة BBC كانت (التحويل والمبالغة) بنسبة 6,78% والمرتبة الخامسة في قناة France24 بنسبة 13,90%.

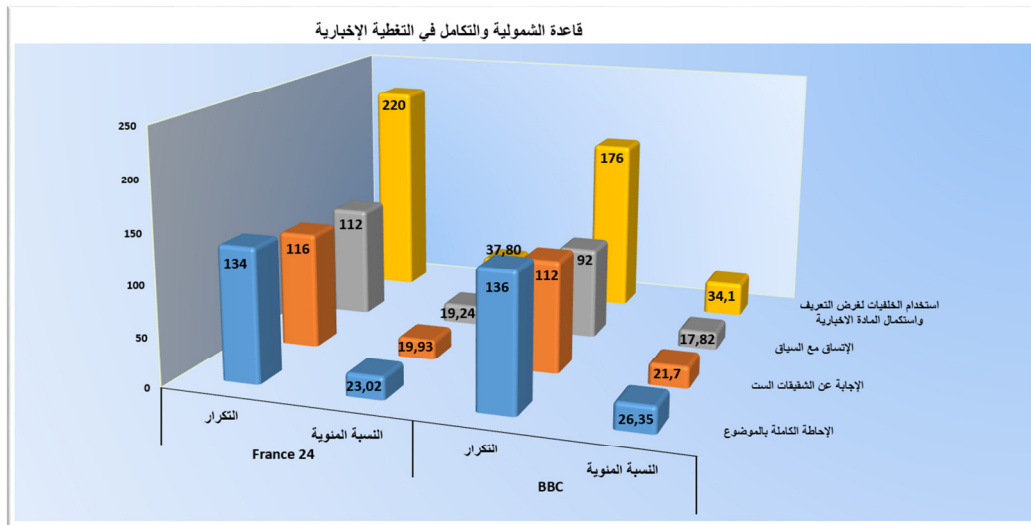
من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا ان قناة BBC تفوقت على قناة France24 في عبارة (عرض جانبي الموضوع) بفارق ملحوظ، وعبارة (أرقام واحصائيات وبيانات)، وعبارة (استشهاد بأدلة وشواهد ووقائع)، وتفوقت قناة France24 في عبارة (عرض وجهة نظر واحدة) بفارق بسيط، وأيضاً في عبارة (استعمال الجوانب العاطفية) وعبارة (التحويل والمبالغة). ويمكن تفسير ذلك بأن قناة BBC أكثر توازناً في عرض المعلومات، وعدم الاقتصار على وجهة نظر واحدة في تغطيتها الإخبارية من قناة France24.

3- وجود قاعدة الشمولية في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)
الجدول رقم (16): وصف وجود قاعدة الشمولية والتكامل
في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).

وجود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)			
BBC		France24	
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
26,35%	136	23,02%	134
21,7%	112	19,93%	116
17,82%	92	19,24%	112
34,1%	176	37,80%	220
100%	516	100%	582

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (15): وصف وجود قاعدة الشمولية والتكامل
في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

يوضح الجدول الخاص بوجود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة) أن عبارة (استخدام الخلفيات لغرض التعريف واستكمال المادة الإخبارية) أخذت المرتبة في كلتا القناتين، حيث أخذت نسبة 37,80% في قناة France24، ونسبة 34,1% في قناة BBC، وفي المرتبة الثانية (الإحاطة الكاملة بالموضوع) بنسبة 26,35% في قناة BBC ونسبة 23,02% في قناة France24، وفي المرتبة الثالثة حلت عبارة (الإجابة عن الشقيقات الست) بنسبة 21,7% في قناة BBC ونسبة 19,93% في قناة France24، وفي المرتبة الرابعة جاءت عبارة (الاتساق مع السياق) بنسبة 19,24% في قناة France24 ونسبة 17,82% في قناة BBC .

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا انقناة France24 تتفوق على قناة BBC في عبارة (استخدام الخلفيات لغرض التعريف واستكمال المادة الإخبارية) وفي عبارة (الاتساق مع السياق) وتفوقت قناة BBC على قناة France24 في عبارات (الإحاطة الكاملة بالموضوع) و(الإجابة عن الشقيقات الست)، ومنه فإن الالتزام بقاعدة الشمولية نسبي في كلتا القناتين مع تفوق بسيط لقناة BBC.

إن استخدام الخلفيات لغرض التعريف واستكمال المادة الإخبارية في النشرة الإخبارية عند بث الخبر وليس لأي غرض آخر كتغطية نقص معين في المصادر، والإجابة عن الشقيقات الست وهو ما يبحث عنه دائما الجمهور بواسطة وسائل الايضاح المختلفة، وهذا يحقق الشمول والتكامل ولو بشكل نسبي لأن الشمول والتكامل في التغطية الإخبارية تفرض الامام بخلفية الحدث من الناحية التاريخية أو تقديم أوضح صورة ممكنة للخبر وهذا يتطلب ايراد الحقائق التي تفيد في توضيح أهمية الحدث وصف التطورات التي أدت للحدث وشرح كافة الأوضاع التي يعتبر الحادث جزء منها من خلال شرح الحادث⁽¹⁾ .

إن القنوات الإخبارية إذ تتسارع وتتهافت من أجل الحصول على الخبر لحظة وقوعه ونشره مباشرة لما قد يحققه للوسيلة من أرباح مادية أو معنوية، فالصحفي المراسل الذي يسعى إلى البحث عن الجديد لدى المصدر، وهو جهد شاق يتطلب متابعة دقيقة للأحداث وإقامة صلات وثيقة مع المصادر. إذ لا بد عليه توخي الدقة عند نقل الأخبار، وأن من أكبر الأخطاء التي يقع فيها هو عدم التأكد من المصادر بسبب السرعة في بث المعلومة لكسب سبق دون استكمال أهم الإجابات.

(1) _محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، منشورات الدار المصرية اللبنانية، دط، القاهرة، 2003م، ص 17.

4- وجود قاعدة الحياد وعدم التحيز في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

الجدول رقم (17): وصف وجود قاعدة الحياد وعدم التحيز في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).

وجود قاعدة الحياد وعدم التحيز في التغطية الإخبارية في القنوات محل الدراسة			
BBC		France24	
ال تكرار	%	ال تكرار	%
30	11,72%	64	16,33%
92	35,94%	108	27,55%
46	17,97%	66	16,84%
44	17,19%	86	21,94%
44	17,19%	68	17,35%
256	100%	392	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

من خلال الجدول الخاص بوجود قاعدة الحياد وعدم التحيز في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة) جاءت في المرتبة الأولى عبارة (الانتقائية والحذف الإخباري) بالنسبة للقناتين، بنسبة 35,94% في قناة BBC ونسبة 27,55% في قناة France24، والمرتبة الثانية جاءت عبارة (استخدام عناصر الإبراز بتحيز) بنسبة 21,94% في قناة France24 ونسبة 17,19% في قناة BBC، والمرتبة الثالثة كانت ل عبارة (عدم تناسب أهمية المادة مع مكانها وحجمها ومع استخدام العناوين والصور والجرافيك) بنسبة 17,35% في قناة France24 ونسبة 17,19% في قناة BBC، والمرتبة الرابعة (تغيب الحقائق لخدمة وجهة نظر معينة) بنسبة 17,97% في قناة BBC ونسبة 16,84% في قناة France24، والمرتبة الخامسة كانت ل عبارة (المحاباة في التغطية أو الرؤية أحادية الزاوية) بنسبة 16,33% في قناة France24، ونسبة 11,72% في قناة BBC .

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أن قناة BBC أخذت نسبة أكبر في عبارة (الانتقائية والحذف الإخباري) بفارق ملموس وأخذت France24 نسبة أكبر في عبارة (استخدام عناصر

الإبراز بتحيز) ونسبة أكبر لقناة France24 بفارق ملموس في عبارة (المحابة في التغطية أو الرؤية احادية الزاوية) وتقاربت النسبة في عبارة (عدم تناسب أهمية المادة مع مكانها وحجمها ومع استخدام العناوين والصور والجرافيك).

إن النتائج تشير إلى هناك تحيز وعدم الحياد في القناتين وهو في قناة France24 أعلى نسبيا. فمثلا يوم 2 جوان 2021 كان هناك اهتمام كبير ومبالغ فيه بالحكومة الإسرائيلية الجديدة في القناتين، حيث كان التحيز في حجم المادة الاخبارية وتنوع المصادر فيها، ففي قناة France24 كان هناك اتصال مباشر يكاد لا ينقطع مع المراسلة ليلي العودة، واتصالات مباشرة من الكنيسة و بث العديد من التقارير الاخبارية، والاتصالات مع المحللين السياسيين، وإعطاء الحدث حجم أكبر من حجمه .

إن استخدام الانتقائية والحذف الاختياري لا يحقق قاعدة الحياد فهي: "حذف أو تغييب الحقائق التي تؤيد وجهة نظر معينة بهدف إظهارها ضعيفة لحساب وجهة نظر أخرى، وحشد أو فقر في استخدام المصادر لصالح طرف ما أو ضد طرف آخر" ⁽¹⁾. و"أحيانا تعتمد المؤسسات الإعلامية إلى إخفاء سياستها وعدم المجاهرة بها بسبب رغبتها في الظهور كوسيلة إعلامية ليس لها اتجاه مسبق إزاء القضايا المختلفة، وذلك لتجنب الانتهاك العلني لأخلاقيات العمل الصحفي التي تحظر الانحياز في التغطية الإخبارية، وفي هذا الصدد يجد الصحفي نفسه أمام عدد من التعليمات والتوجيهات بعضها معلن والآخر مستتر، وبعضها يتصف بالعمومية والغموض أو التحديد، وبعضها موضوعي والآخر متحيز وبعضها تبرره السلطة والآخر ليس له تبرير مقنع" ⁽²⁾

ويقول الناشر أدولف أوكس Adolph ocks الذي اشترى صحيفة "نيويورك تايمز" هدفنا نقل الأخبار بدون تحيز أو خوف أو محابة بصرف النظر عن قد يكون طرفا في هذه الأخبار ⁽³⁾. ولتأكيد النتائج المتحصل عليها في قاعدة الحياد وعدم التحيز قامت الباحثة بحساب ما يلي:

(1) _معايير التحقق من مصداقية التغطية الصحفية، مرجع سابق، بتصرف.

(2) _مي عبد الله سنو، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، ط2، بيروت لبنان، 2010 ص156.

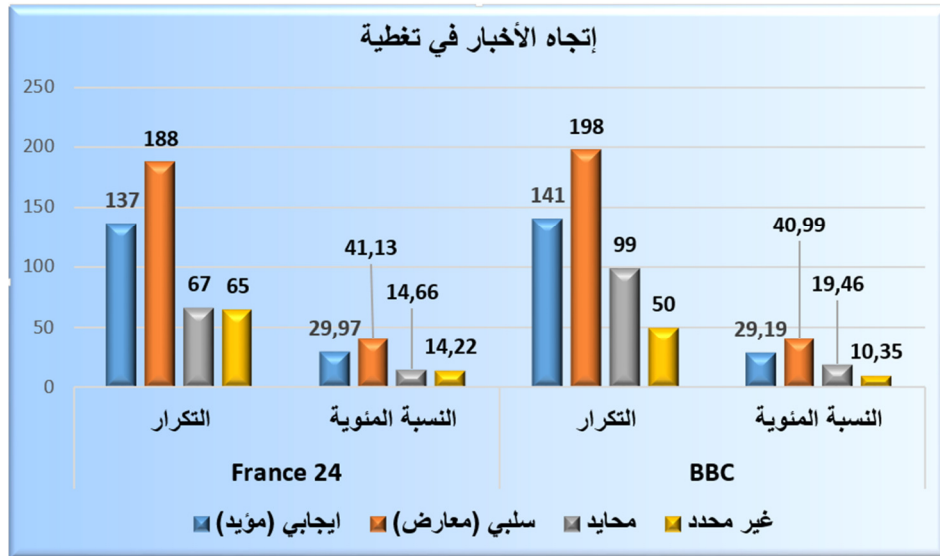
(3) _ابراهيم عبد الله المسلمي، التحيز الاعلامي في الالفية الثالثة، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 2012، ص 145.

الجدول رقم (18): وصف اتجاه الأخبار في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).

اتجاه الأخبار في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).			
BBC		France24	
ال تكرار	%	ال تكرار	%
141	28,89%	137	29,98%
198	40,57%	188	41,14%
99	20,29%	67	14,66%
50	10,25%	65	14,22%
488	100%	457	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (16): وصف اتجاه الأخبار في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على الدراسة التحليلية

يتضح من خلال الخاص باتجاه الأخبار في التغطية الإخبارية في القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية محل الدراسة أن المرتبة الأولى في كلتا القناتين، حيث جاءت (سلبي معارض) في قناة France24 بنسبة 41,14%، وفي قناة BBC بنسبة 40,57%، وفي المرتبة الثانية (إيجابي مؤيد) في القناتين بنسبة 29,98% في قناة France24

الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية.....الإطار التطبيقي

ونسبة 28,89% في قناة BBC، وحلت في المرتبة الثالثة (محايد) في القناتين بنسبة 20,29% في قناة BBC ونسبة 14,66% في قناة France24 وفي المرتبة الرابعة والأخيرة جاءت عبارة (غير محدد) في كلتا القناتين 14,22% في قناة France24 ونسبة 10,25% في قناة BBC .

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أن قناة France24 تتفوق بفارق بسيط على قناة BBC في (سلبي معارض)، وتتفوق قناة BBC بفارق بسيط على قناة France24 في عبارة (إيجابي مؤيد)، وتتفوق قناة BBC بفارق ملحوظ على قناة France24 في (محايد)، وتتفوق قناة France24 في عبارة (غير محدد) بفارق ملموس على قناة BBC.

ويكن تفسير ذلك بأن قناة BBC وقناة France24 يغلب عليهما الاتجاه السلبي المعارض في أخبار النشرات الإخبارية، وتحاولا أن تفرضوا شخصيات معارضة في الخبر لما تحتويه من إثارة وجذب لانتباه واهتمام الجمهور، وأن اتجاه الأخبار في قناة BBC أكثر حياداً منه في قناة France24.

الجدول رقم (19): وصف القضايا المطروحة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).

القضايا المطروحة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).				
BBC		France24		القضايا المطروحة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
9,36%	22	7,41%	18	الحرب في أفغانستان
5,96%	14	4,53%	11	الاتفاق النووي الإيراني
6,81%	16	2,88%	7	أزمة سد النهضة
7,66%	18	10,29%	25	الصراع الفلسطيني الإسرائيلي
5,96%	14	10,29%	25	الأزمة في لبنان
6,81%	16	2,88%	7	الفترة الانتقالية في السودان
5,96%	14	2,88%	7	الصراع في إثيوبيا
3,40%	8	7,41%	18	الانتخابات التشريعية في الجزائر
2,98%	7	5,76%	14	الانتخابات الرئاسية في إيران
3,40%	8	4,12%	10	الانتخابات الإسرائيلية
8,94%	21	3,29%	8	الوضع في العراق
2,98%	7	3,70%	9	الصراع في اليمن

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (17): وصف القضايا المطروحة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

يتضح من خلال الجدول الخاص بالقضايا المطروحة في التغطية الإخبارية في القنوات محل الدراسة أن: المرتبة الأولى كانت قضية (كورونا في أوروبا) بنسبة 10,70% في قناة France24 والمرتبة الأولى في قناة BBC كانت (الحرب في أفغانستان) بنسبة 9,36%، والمرتبة الثانية جاءت (الازمة في لبنان) و(الصراع الفلسطيني

الإسرائيلي) بنسبة 10,29% والمرتبة الثانية في قناة BBC جاءت (الوضع في العراق) بنسبة 8,94%، والمرتبة الثالثة في قناة France24 حلت (كأس أوروبا للأمم) بنسبة 9,47% وحلت المرتبة الثالثة في قناة BBC (الصراع الفلسطيني الإسرائيلي) بنسبة 7,66%، وفي المرتبة الرابعة (كأس أوروبا للأمم) في قناة France24 بنسبة 9,47% وفي قناة BBC جاءت (أزمة سد النهضة) في المرتبة الرابعة بنسبة 6,81%، وحلت في المرتبة الخامسة في قناة France24 (الانتخابات التشريعية في الجزائر) و(الحرب في أفغانستان) بنسبة 7,41% وفي قناة BBC حلت في المرتبة الخامسة (الفترة الانتقالية في السودان) بنسبة 6,81%، وفي المرتبة السادسة في قناة France24 جاءت (الانتخابات الرئاسية في إيران) بنسبة 5,76%، وفي قناة BBC جاءت (الصراع في إثيوبيا) و(كورونا في الدول العربية) و(الاتفاق النووي الإيراني) و(الازمة في لبنان) بنسبة 5,96% نوفي المرتبة السابعة في قناة France24 (كورونا في الدول العربية) بنسبة 5,35% وفي قناة BBC جاءت (الصراع في ليبيا) بنسبة 3,83%، والمرتبة الثامنة في قناة France24 (الانتخابات الإسرائيلية) 4,12% وفي قناة BBC حلت (الانتخابات الإسرائيلية) و(الانتخابات التشريعية في الجزائر) بنسبة 3,40%، وجاء (الصراع في اليمن) في المرتبة التاسعة في قناة France24 بنسبة 3,70% وفي قناة BBC جاءت (الانتخابات الرئاسية في إيران) و(الصراع في اليمن) و(التغير المناخي) و(الصراع في سوريا) 2,98%، والمرتبة العاشرة في قناة France24 جاء (الوضع في العراق) بنسبة 3,29% وفي قناة BBC (ازمة اللاجئين) و(ازمة منظمة الأوبك) بنسبة 1,70%، وبنسبة 2,88% حلت (الفترة الانتقالية في السودان) و(الصراع في إثيوبيا) في قناة France24 في المرتبة الحادي عشرة، وحل (الصراع في ليبيا) في المرتبة 2,47% في قناة France24، ثم جاء في المراتب الأخيرة في القناة نفسها كل من (ازمة منظمة الأوبك) بنسبة 2,06% و(ازمة اللاجئين) و(الصراع في سوريا) بنسبة 1,23%.

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أن هناك فارق بين القناتين في المواضيع والقضايا التي أخذت اهتماما أكبر في التغطية الإخبارية، ففي الوقت التي اهتمت فيه قناة France24 في المراتب الأولى بقضايا (كورونا) و(أزمة لبنان) و(الصراع الفلسطيني الإسرائيلي) و(كأس أوروبا) و(الانتخابات التشريعية في الجزائر) و(الحرب في أفغانستان) و(الانتخابات الرئاسية في إيران)، كان اهتمام قناة BBC في المراتب الأولى ب (الحرب في أفغانستان) و(الوضع في العراق) و(الصراع الفلسطيني الإسرائيلي) و(أزمة سد النهضة) و(الفترة الانتقالية في السودان) و(الصراع في إثيوبيا) .

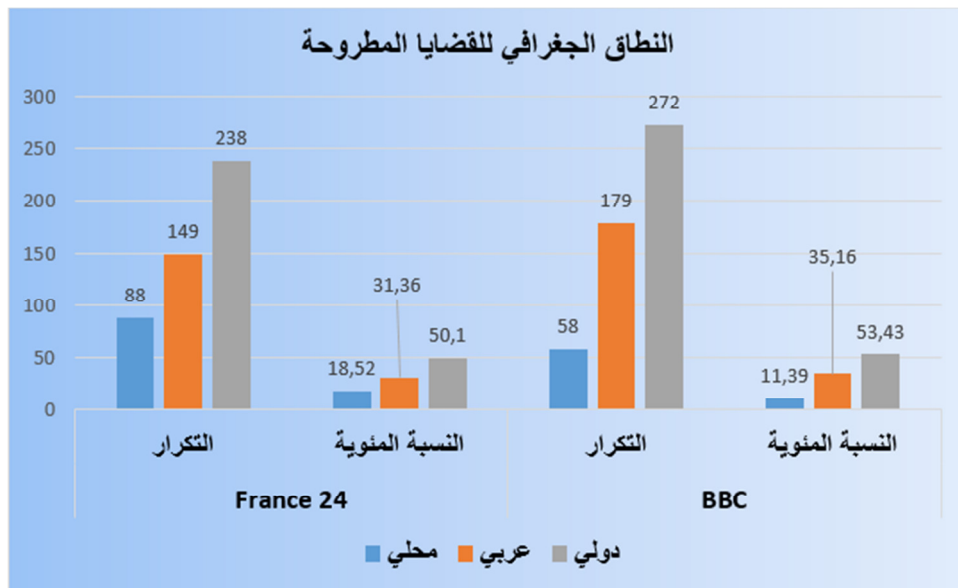
ويمكن أن يفسر ذلك بأن كل قناة تهتم في تغطيتها الإخبارية بالقضايا التي تهم الدولة الراعية والمالكة، وما يدور في فلك مصالحها، فالدولة الفرنسية تهتم كثيرا بالشأن اللبناني والجزائري والكيان الصهيوني وإيران، وبريطانيا تهتم هي أيضا بمستعمراتها القديمة في العراق وأفغانستان والسودان وإثيوبيا ووسد النهضة والكيان الصهيوني، وهذا يمكن أن نطلق عليه الانتقائية في التغطية، وهذا يتنافى مع القواعد المهنية، وخاصة قاعدة الحياد وعدم التحيز.

الجدول رقم (20): وصف النطاق الجغرافي للقضايا المطروحة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

النطاق الجغرافي للقضايا المطروحة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)				
BBC		France24		النطاق الجغرافي للقضايا المطروحة
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
11,39%	58	18,53%	88	محلي
35,17%	179	31,37%	149	عربي
53,44%	272	50,11%	238	دولي
100%	509	100%	475	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (18): وصف النطاق الجغرافي للقضايا المطروحة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

يتضح من خلال الجدول الخاص بالنطاق الجغرافي للقضايا المطروحة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة) ان المرتبة الأولى وأعلى نسبة كانت (الأخبار الدولية) في كلتا القناتين حيث جاءت في قناة

BBC بنسبة 53,44% ونسبة 50,11% في قناة France24، والمرتبة الثانية حلت الأخبار العربية بنسبة 35,17% في قناة BBC ونسبة 31,37% في قناة France24، أما الأخبار المحلية فجاءت في المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة 18,53% في قناة France24 ونسبة 11,39% في قناة BBC.

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أن هناك اتفاق بين القناتين في ترتيب النطاق الجغرافي للأخبار، حيث جاءت الأخبار الدولية ثم الأخبار العربية، ثم الأخبار المحلية.

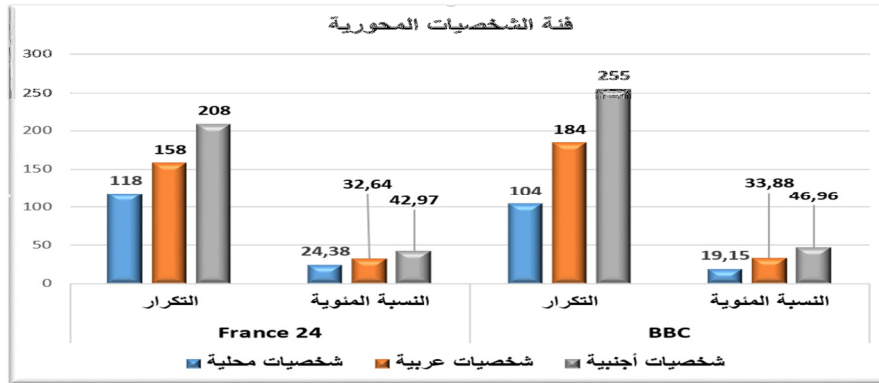
ويمكن أن يفسر ذلك باهتمام القناتين (محل الدراسة) بالصراعات الدولية، والأزمات الدولية الأكثر مشاهدة، ثم (الأخبار العربية) بنسب لا بأس بها باعتبارها قنوات موجهة للعالم العربي، وتحديثه بلغته وتقديم الرؤية الفرنسية والبريطانية للأحداث العربية في ضوء المصالح الاستراتيجية، وبالتالي فإن أخبار الوطن العربي أصبحت تمثل أولوية كبيرة في اجندة السياسة التحريرية للقناتين (محل الدراسة)، وجاء الشأن المحلي في كل من فرنسا وبريطانيا في المرتبة الثالثة ركزت فيه على الأحداث الهامة في البلدين كالوضع الصحي في خضم وباء كورونا في بريطانيا، والانتخابات المحلية في فرنسا.

الجدول رقم (21): وصف الشخصيات المحورية في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).

الشخصيات المحورية في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)				
BBC		France24		فئة الشخصيات المحورية
%	التكرار	%	التكرار	
19,16%	104	24,38%	118	شخصيات محلية
33,88%	184	32,65%	158	شخصيات عربية
46,96%	255	42,97%	208	شخصيات أجنبية
100%	543	100%	484	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (19) : وصف الشخصيات المحورية في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

يتضح من خلال الجدول الخاص بالشخصيات المحورية في الأخبار في النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)، أن المرتبة الأولى وأعلى نسبة كانت (شخصيات أجنبية) في كلتا القناتين بنسبة 46,96% في قناة BBC ونسبة 42,97% في قناة France24، والمرتبة الثانية في كلتا القناتين كانت (شخصيات عربية) بنسبة 33,88% في قناة BBC ونسبة 32,65% في قناة France24، والمرتبة الثالثة حلت (شخصيات محلية) في كلتا القناتين بنسبة 24,38% في قناة France24 ونسبة 19,16% في قناة BBC.

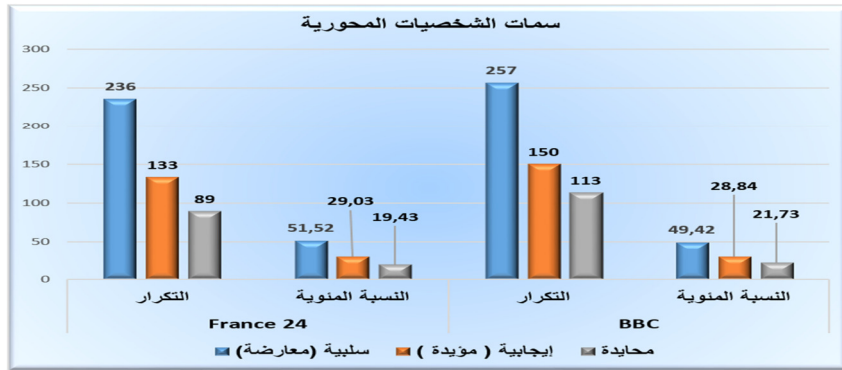
من خلال النتائج الكمية يتضح لدينا أن كلتا القناتين اتفقتا على ترتيب الشخصيات المحورية في التغطية الإخبارية، ولكن تفوقت قناة BBC على قناة France24 بفارق ملحوظ في (الشخصيات الأجنبية)، وتفوقت عليها أيضا في (شخصيات عربية) بفارق ضئيل، وتفوقت قناة France24 في اعتماد (الشخصيات المحلية) بفارق ملموس.

الجدول رقم (22): وصف سمات الشخصيات المحورية في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).

قناة الشخصيات المحورية في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)				
BBC		France24		سمات الشخصيات المحورية
%	التكرار	%	التكرار	
49,42%	257	51,52%	236	سلبية (معارضة)
28,84%	150	29,03%	133	إيجابية مؤيدة
21,73%	113	19,43%	89	محايدة
100%	520	100%	458	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (20): وصف سمات الشخصيات المحورية في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

من الجدول الخاص بسمات الشخصيات المحورية في الأخبار في النشرات الإخبارية في القنوات محل الدراسة يتضح لدينا أن المرتبة الأولى وأعلى نسبة كانت للشخصيات (المعارضة السلبية) في كلتا القناتين حيث جاءت بنسبة 51,52% في قناة France24 ونسبة 49,42% في قناة BBC، وفي المرتبة الثانية حلت شخصيات (إيجابية مؤيدة) في كلتا القناتين بنسبة 29,03% في قناة France24 ونسبة 28,84% في قناة BBC، والمرتبة الثالثة كانت لشخصيات محايدة بنسبة 21,73% في قناة BBC ونسبة 19,43% في قناة France24.

من خلال النتائج الكمية والنسب المثوية يتضح لدينا أن كلتا القناتين اتفقتا على ترتيب سمات الشخصيات الواردة في الأخبار داخل النشرات الإخبارية واحتلت الشخصيات (المعارضة السلبية) الصدارة وعلى المرتبة الأولى بفارق بسيط لصالح قناة France24، والشخصيات (الإيجابية المؤيدة) بفارق ضئيل لصالح قناة France24، والمرتبة الثالثة للشخصيات (المحايدة) لصالح قناة BBC بفارق بسيط.

إن وجود الشخصيات المعارضة السلبية في الصدارة بالنسبة لكلتا القناتين يفسر باعتماد القناتين في تغطيتهما على انتقاء المصادر البشرية وفق اجندة معينة، وإعطاء مساحات غير متساوية، ونسبة حضور للشخصيات المعارضة دون غيرها، وإهمال حضور شخصيات إيجابية أو محايدة، وهنا يظهر تحيز مصادر الأخبار، عندما يوظف القائمون بالاتصال مصادر معينة للاستقاء المعلومات حول حدث ما في الوقت الذي يتجاهلون فيه مصادر أخرى، وهذا ما أكدته الباحثة ريهام عاطف عبد العظيم، حيث رصدت مجموعة من الآليات التي من شأنها كشف تحيز المصادر منها خريطة المصادر⁽¹⁾ : وهي مصادر المعلومات التي استعان بها المحررون في التغطية وما خلفياتهم السياسية؟ ما نسبة حضور المصادر الرسمية وصناع القرار مقابل المصادر الأخرى؟ ما الجماعات التي تعكسها المصادر الأخرى؟

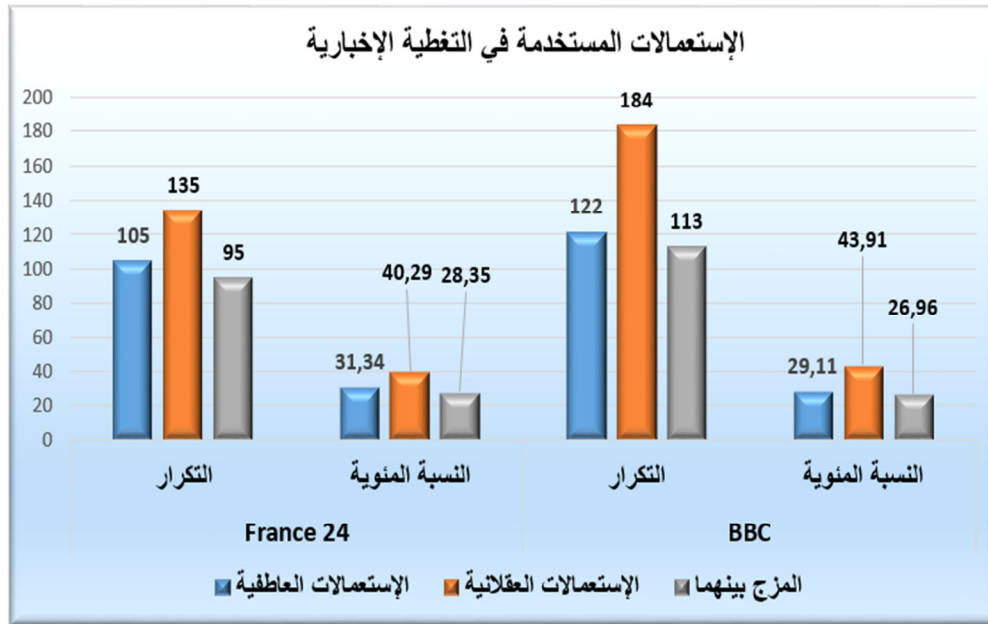
(1) - ريهام عاطف عبد العظيم، مرجع سابق، ص 67.

الجدول رقم (23): وصف الاستمالات المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).

الاستمالات المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).				
BBC		France24		الاستمالات المستخدمة
%	التكرار	%	التكرار	
%29,12	122	%31,34	105	الاستمالات العاطفية
%43,91	184	%40,30	135	الاستمالات العقلانية
%26,97	113	%28,36	95	المزج بينهما
%100	419	%100	335	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (21): وصف الاستمالات المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية هناك خطأ في الرسم الاستمالات

من خلال الجدول الخاص بالاستمالات المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات محل الدراسة يتضح أن المرتبة وأعلى نسبة أخذتها (الاستمالات العقلانية) في القناتين بنسبة %43,91 في قناة BBC ونسبة %40,30 في قناة France24، والمرتبة الثانية كانت (الاستمالات العاطفية) بنسبة %31,34 في قناة

الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية.....الإطار التطبيقي

France24 ونسبة 29,12% في قناة BBC، والمرتبة الثالثة حلت عبارة (المزج بينهما) بنسبة 28,36% في قناة France24 ونسبة 26,97% في قناة BBC.

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أن كلتا القناتين متفقتين على ترتيب الاستمالات المستخدمة في التغطية الإخبارية، فجاءت الاستمالات العقلانية، ثم الاستمالات العاطفية، ثم المزج بينهما. لقد اعتمدت كلتا القناتين على الاستمالات العقلية بالدرجة الأولى مع تفوق بسيط لصالح قناة BBC من خلال تقديم الحجج والشواهد المنطقية، والتي من شأنها أن تعزز صدق الرسالة من خلال الاستشهاد بالواقع والمصادر والأرقام والاحصائيات، وجاءت الاستمالات العاطفية بدرجة أقل في كلتا القناتين.

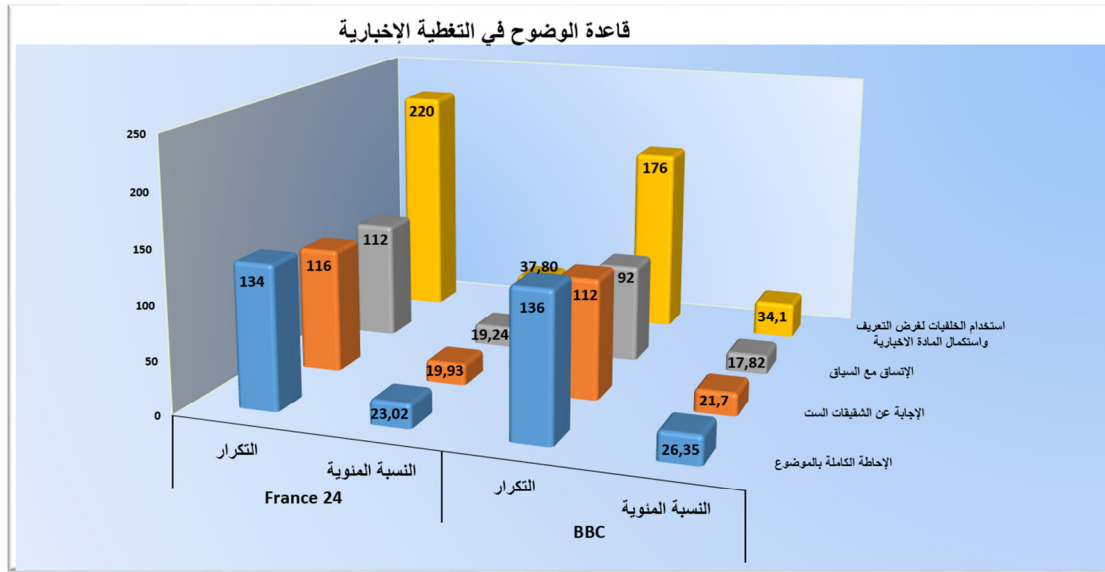
5- وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

الجدول رقم (24): وصف وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).

وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)					
BBC		France24		قاعدة الوضوح	
%	التكرار	%	التكرار		
29,02%	110	27,01%	94	المحتوى محدد وواضح في ذكر الحقائق والأحداث والأشخاص	
0,53%	2	0,57%	2	الإشارة إلى الأحداث التي لم يتحقق منها	
13,72%	52	17,82%	62	يشار إلى تاريخ المحتوى الأرشيفي	
5,28%	20	5,17%	18	المحتوى يشير إلى كيفية الحصول على المعلومة وأن تحفظ عن ذكر المصدر	
25,86%	98	27,59%	96	الإشارة بوضوح إلى تاريخ ومصدر الصورة والفيديوهات	
25,59%	97	21,84%	76	الابتعاد عن المفاهيم والعبارات التي تحمل تعبيرات متعددة	
100%	379	100%	348	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (22): وصف وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

من خلال الجدول الخاص بوجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة) أن المرتبة الأولى كانت لعبارة (المحتوى محدد وواضح في ذكر الحقائق والأحداث والأشخاص) بنسبة 29,02% في قناة BBC ونسبة 27,01% في قناة France24، والمرتبة الثانية جاءت عبارة (الإشارة بوضوح إلى تاريخ ومصدر الصورة والفيديوهات) بنسبة 27,59% في قناة France24 ونسبة 25,86% في قناة BBC، والمرتبة الثالثة حلت عبارة (الابتعاد عن المفاهيم والعبارات التي تحمل تعبيرات متعددة) بنسبة 25,59% في قناة BBC ونسبة 21,84% في قناة France24، والمرتبة الرابعة جاءت عبارة (يشار إلى تاريخ المحتوى الأرشيفي) بنسبة 17,82% في قناة France24 ونسبة 13,72% في قناة BBC، والمرتبة الخامسة حلت عبارة (المحتوى يشير إلى كيفية الحصول على المعلومة وأن تحفظ عن ذكر المصدر) بنسبة 5,28% في قناة BBC ونسبة 5,17% في قناة France24، والمرتبة السادسة والأخيرة جاءت عبارة (الإشارة إلى الأحداث التي لم يتحقق منها) بنسبة 0,57% في قناة France24 ونسبة 0,53% في قناة BBC.

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أن ترتيب العبارات متقارب في القنوات، وأن العبارتين الأخيرتين متقاربتين في النسبة والترتيب، ان قناة BBC أخذت نسبة أكبر في عبارة (المحتوى محدد وواضح في ذكر الحقائق والأحداث والأشخاص)، وعبارة (الابتعاد عن المفاهيم والعبارات التي تحمل تعبيرات متعددة) وقناة France24 أخذت نسبة أكبر في عبارة (الإشارة بوضوح إلى تاريخ ومصدر الصورة والفيديوهات)، وعبارة (يشار إلى تاريخ المحتوى الأرشيفي)، ويمكن أن يفسر بوجود نسبي لقاعدة الوضوح في القنوات بفارق بسيط لقناة France24.

الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية.....الإطار التطبيقي

إن وضوح التغطية يتطلب أن تذكر الحقائق واسماء الأشخاص والابتعاد عن الكلمات التي تحمل معاني متعددة لأن التعقيد يؤدي إلى الغرابة في المعنى وعدم فهمه من طرف الجمهور ولكن السهولة والوضوح في الالفاظ يؤدي إلى سهولة فهم المعنى، وهو ما تسعى الية القنوات.

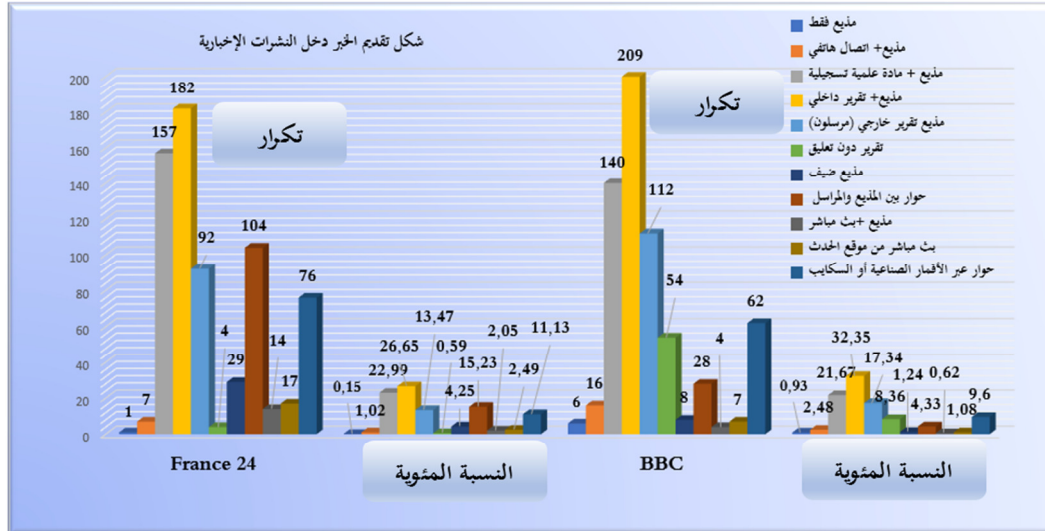
ولتأكيد النتائج المتحصل عليها في قاعدة الوضوح قامت الباحثة بحساب ما يلي:

الجدول رقم (25): وصف شكل تقديم أخبار النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة).

شكل تقديم الخبر داخل النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)				
BBC		France24		شكل تقديم الخبر
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
0,93%	6	0,15%	1	مذيع فقط
2,48%	16	1,02%	7	مذيع + اتصال هاتفي
21,67%	140	22,99%	157	مذيع + مادة علمية تسجيلية
32,35%	209	26,65%	182	مذيع + تقرير داخلي
17,34%	112	13,47%	92	مذيع تقرير خارجي (مرسلون)
8,36%	54	0,59%	4	تقرير دون تعليق
1,24%	8	4,25%	29	مذيع ضيف
4,33%	28	15,23%	104	حوار بين المذيع والمراسل
0,62%	4	2,05%	14	مذيع + بث مباشر
1,08%	7	2,49%	17	بث مباشر من موقع الحدث
9,60%	62	11,13%	76	حوار عبر الأقمار الصناعية أو السكايب
100%	646	100%	683	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (23): وصف شكل تقديم الأخبار داخل النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

يوضح الجدول شكل تقديم الأخبار في النشرات الإخبارية للقنوات محل الدراسة حيث ان أعلى نسبة في كلتا القناتين هو شكل (مذيع + تقرير داخلي) حيث جاء بنسبة 32,35% في قناة BBC، ونسبة 26,64% في قناة France24 ثم (مذيع + مادة علمية تسجيلية) بنسبة 22,98% في قناة France24 ونسبة 21,67% في قناة BBC، وفي الترتيب الثالث (مذيع+تقرير خارجي (مرسلون)) بنسبة 17,33% قناة BBC، وفي الترتيب الرابع بالنسبة لقناة France24 بنسبة 13,46%، وجاء في الترتيب الثالث، أما قناة BBC فجاء (حوار عبر الأقمار الصناعية أو السكايب) في الترتيب الرابع بنسبة 9,59% ونسبة 11,12% في قناة France24، واحتل بعدها شكل (حوار بين المذيع والمراسل) المركز الرابع في قناة France24 بنسبة 15,22% أخذ نسبة 4,33% في قناة BBC، ثم شكل (مذيع+ضيف) نسبة 4,24% في قناة France24 ونسبة 1,23% في قناة BBC، وأضعف نسبة للقناتين كان شكل (مذيع فقط) بنسبة 0,92% في قناة BBC ونسبة 0,14% في قناة France24.

ومن خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح أن كلتا القناتين يستخدمان اشكالا متعددة في تقديم الخبر داخل النشرات الإخبارية وينسب أحيانا متقاربة، وأحيانا متفاوتة، حيث تتفوق قناة France24 عن قناة BBC في شكل (مذيع + مادة علمية تسجيلية)، وشكل (مذيع+ضيف)، وشكل (بث مباشر من موقع الحدث)، وشكل (مذيع + بث مباشر)، وشكل (حوار بين المذيع والمراسل) و(حوار عبر الأقمار الصناعية أو السكايب)، وتتفوق قناة BBC على قناة France24 في اشكال (مذيع + تقرير داخلي) و(مذيع+تقرير خارجي (مرسلون) و(مذيع+ اتصال هاتفي) و(تقرير دون تعليق) هذا الأخير الذي تنفرد به قناة BBC وهو

الفصل الخامس: الإجراءات المنهجية للدراسة التحليلية.....الإطار التطبيقي

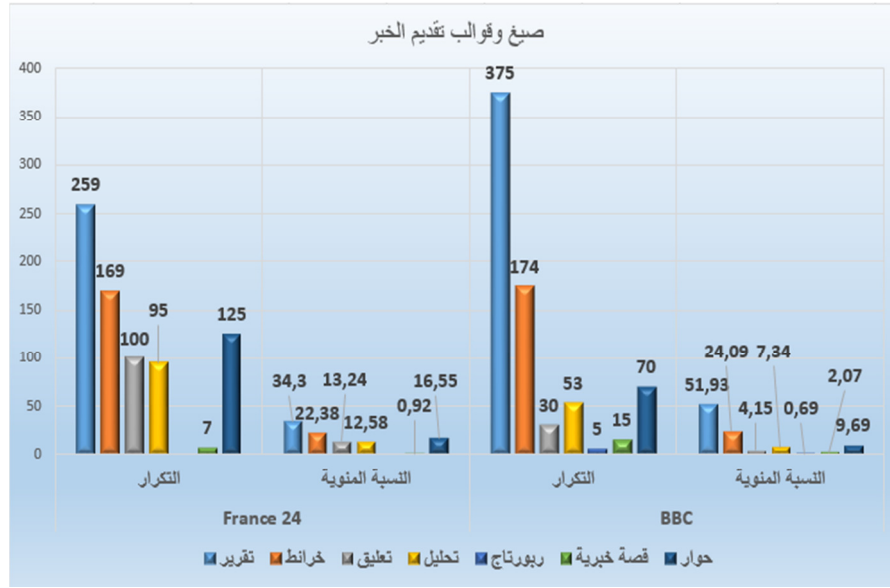
من الأساليب الجديدة في تقديم التقارير الإخبارية، ان وجود بث مباشر من موقع الحدث ومراسلون في الميدان، وحوار مع شخصيات محورية عبر السكايب من شأنه أن يعطي المعلومة الصحيحة والجديدة والدقيقة من مصادرها، وهو ما يبحث عنه المشاهد، وتعمل على تحقيقه القنوات الإخبارية.

الجدول رقم (26): وصف صيغ وقوالب تقديم الخبر في النشرات الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).

صيغ وقوالب تقديم الخبر في النشرات الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).				
BBC		France24		صيغ وقوالب تقديم الخبر
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
51,94%	375	34,30%	259	تقرير
24,10%	174	22,38%	169	خبر بسيط
4,16%	30	13,25%	100	تعليق
7,34%	53	12,58%	95	تحليل
0,69%	5	/	/	رپورتاج
2,08%	15	0,93%	7	قصة خبرية
9,70%	70	16,56%	125	حوار
100%	722	100%	755	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (24): وصف صيغ وقوالب تقديم الخبر في النشرات الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

يوضح الجدول صيغ وقوالب تقديم الخبر في النشرات الإخبارية للقنوات محل الدراسة حيث نجد ان أعلى نسبة كانت التقارير الإخبارية في كلتا القناتين بنسبة 51,93% في قناة BBC ونسبة 34,30% في قناة France24، ثم في المرتبة الثانية الخبر البسيط بنسبة 24,09% في قناة BBC ونسبة 22,38% في قناة France24، ثم المرتبة الثالثة قالب الحوار بنسبة 16,55% في قناة France24 ونسبة 9,69% في قناة BBC، وفي المرتبة الرابعة التعليق بنسبة 13,24% في قناة France24، ونسبة 4,15% في قناة BBC وجاءت صيغة التحليل في المركز الخامس بالنسبة لقناة France24 بنسبة 12,58% ونسبة 7,34% في قناة BBC وأضعف نسبة كانت لقالب القصة الخبرية حيث جاءت بنسبة 2,07% في قناة BBC ونسبة 0,92% في قناة France24.

من خلال النتائج الكمية نجد أن صيغ وقوالب تقديم الخبر في النشرات الإخبارية للقناتين تتنوع وتعدد بين التقارير الإخبارية والأخبار البسيطة والقصة الخبرية، وبين قوالب التي تحلل فيها الأخبار كالتحليل والحوار والتعليق، وهذا يدل على اهتمام النشرات في القناتين بإبراز أهمية الخبر وتفاصيله.

إن وجود التقارير كأعلى نسبة في النشرات الإخبارية في القنوات، وتتفوق قناة BBC على قناة France24 قد يعود من جهة إلى طول النشرة في قناة BBC، وأيضاً إلى اهتمام وتركيز القناة على عرض تفاصيل الخبر من خلال المراسلين في مصادر الأخبار، ويؤكد كرم شلي على أهمية وجود التقارير في النشرة الإخبارية حيث قال عن التقرير الإخباري "هو وثيقة صوتية أو صوتية مرئية للأحداث تشبع عقول المستمع أو المشاهد وتلي رغبته في الاطلاع، حيث يقتنع بصحة وصدق الحوادث التي يسمعها أو يشاهدها"⁽¹⁾.

إن أساس النشرة الإخبارية وجود تقارير ميدانية ومراسلين ينقلون الوقائع بدقة وواقعية من عين ومكان الحدث، أما غيابه فيفتح الأبواب على كل التخمينات والالت التي تدور حول صناعة التقارير بعيداً عن الميدان.

6- وجود قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

الجدول رقم (27): وصف وجود قاعدة لأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).

وجود قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)			
BBC		France24	
%	التكرار	%	التكرار
18,75%	84	18,03%	84
23,66%	106	21,46%	100
10,27%	46	11,59%	54
7,14%	32	8,15%	38
40,18%	180	40,77%	190
100%	448	100%	466

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

من خلال الجدول الخاص بوجود قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)، فإن المرتبة الأولى كانت لعبارة (الابتعاد عن السب والجرح وإلحاق الضرر بالأشخاص المعنيين في الأخبار) في كلتا القنوات بنسبة 40,77% في قناة France24 ونسبة 40,18% في قناة BBC، والمرتبة الثانية

(1) - كرم شلي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، مرجع سابق، ص 176.

جاءت عبارة (الابتعاد عن تغيير ما قاله المصدر) بنسبة 23,66% في قناة BBC ونسبة 21,46% في قناة France24، أما المرتبة الثالثة فحلت العبارة (الأمانة في نقل الحدث) بنسبة 18,75% في قناة BBC ونسبة 18,03% في قناة France24، والمرتبة الرابعة جاءت عبارة (عدم نشر اتهامات دون أدلة واضحة) بنسبة 11,59% في قناة France24 ونسبة 10,27% في قناة BBC، والمرتبة الخامسة والأخيرة كانت لعبارة (عدم إطلاق الأوصاف والأدوار التي قد تنم عن توجهات محددة سلفاً) بنسبة 8,15% في قناة France24 ونسبة 7,14% في قناة BBC .

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أن هنا تقارب كبير بي القناتين في معظم العبارات، وقد أخذت نفس المراتب، ومما يدل على وجود قاعدة الأنصاف والنزاهة بشكل نسبي النسبة الكبيرة التي أخذتها عبارة (الابتعاد عن السب والجرح وإلحاق الضرر بالأشخاص المعنيين في الأخبار)، وعبارة (الابتعاد عن تغيير ما قاله المصدر) التي أخذت نسبة لا بأس بها، وعبارة (الأمانة في نقل الحدث)، وعبارة (عدم نشر اتهامات دون أدلة واضحة).

فالنزاهة هي الالتزام الشخصي بمعايير سلوك وأداء عالية وترتبط النزاهة بمفاهيم الموضوعية والدقة فالصحفي الذي يتحلى بالنزاهة لا يخدع أو يشوه أو يستغل الجمهور أو يستغل موقعه لتحقيق مصلحة شخصية، أدولف أوكس الذي اشترى صحيفة نيويورك تايمز: "هدفنا نقل الأخبار Adolph ocks ويقول الناشر بدون تحيز أو خوف أو محاباة بصرف النظر عن من قد يكون طرفاً في هذه الأخبار" ⁽¹⁾.

ولتأكيد النتائج المتحصل عليها في قاعدة النزاهة والأنصاف قامت الباحثة بحساب ما يلي:

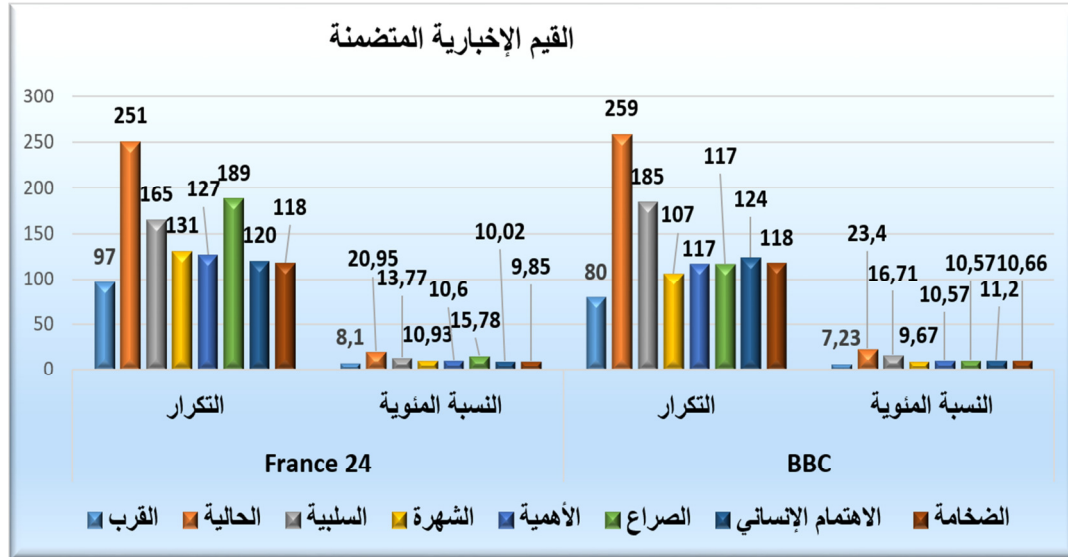
⁽¹⁾ _ابراهيم عبد الله المسلمي، التحيز الاعلامي في الالفية الثالثة، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 2012، ص 145.

الجدول رقم (28): وصف القيم الإخبارية المتضمنة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).

القيم الإخبارية المتضمنة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).			
BBC		France24	
القيم الإخبارية المتضمنة	التكرار	القيم الإخبارية المتضمنة	التكرار
القرب	80	97	8,10%
الحالية	259	251	20,95%
السلبية	185	165	13,77%
الشهرة	107	131	10,93%
الأهمية	117	127	10,60%
الصراع	117	189	15,78%
الاهتمام الإنساني	124	120	10,02%
الضخامة	118	118	9,85%
المجموع	1107	1198	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على نتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (25): وصف القيم الإخبارية المتضمنة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

من خلال الجدول الخاص بالقيم الإخبارية المتضمنة في التغطية للقنوات (محل الدراسة) نجد أن المرتبة الأولى وأعلى نسبة كانت لقيمة (الحالية) في كلتا القناتين بنسبة 23,40 % في قناة BBC ونسبة 20,95 % في قناة France24، بينما جاءت في المرتبة الثانية قيمة (السلبية) في كلتا القناتين بنسبة 16,71 % في قناة BBC ونسبة 13,77 % في قناة France24، وفي المرتبة الثالثة قيمة (الصراع) بنسبة 15,78 % في قناة France24 ونسبة 10,57 % في قناة BBC في المرتبة الخامسة، وحلت في المرتبة الرابعة قيمة (الشهرة) بنسبة 10,93 % في قناة France24 والمرتبة السادسة بنسبة 9,67 % في قناة BBC، وفي المرتبة الخامسة في كلتا القناتين حلت قيمة (الأهمية) في قناة France24 بنسبة 10,60 % ونسبة 10,57 % في قناة BBC، في المرتبة السادسة في قناة France24 جاءت قيمة (الشهرة) بنسبة 10,60 % والمرتبة في قناة BBC بنسبة 10,57 %، والمرتبة السابعة كانت لقيمة (الاهتمام الإنساني) في قناة France24 بنسبة 10,02 % والمرتبة الثالثة في قناة BBC بنسبة 11,20 %، والمرتبة الثامنة كانت لقيمة (الضخامة) بنسبة 9,85 % في قناة France24 ونسبة 10,66 % في قناة BBC، والمرتبة التاسعة والاختيرة في كلتا القناتين كانت قيمة (القرب) بنسبة 8,10 % في قناة France24 ونسبة 7,23 % في قناة BBC .

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أن كلتا القناتين اتفقتا على المرتبة الأولى لقيمة (الحالية) مع تفوق ملموس لصالح قناة BBC، والمرتبة الثانية للقيمة (السلبية) مع تفوق ملموس لصالح قناة BBC، بينما اختلف الترتيب بالنسبة لقيمة (الصراع) حيث جاءت في المرتبة الثالثة في قناة France24 والمرتبة الخامسة في قناة BBC مع تفوق ملحوظ لقناة France24، وبفارق ضئيل تفوقت قناة France24 على BBC في قيم (الأهمية) و(الشهرة) واتفقتا على المرتبة الأخيرة لقيمة (القرب) .

إن وجود قيمة (الحالية) في صدارة الترتيب في كلتا القناتين دليل على أنها تحظى بأهمية كبيرة لدى القنوات الإخبارية في الدول الغربية إذ تتسارع وتتهافت هذه الوسائل من أجل الحصول على الخبر لحظة وقوعه ونشره مباشرة لما قد يحققه للوسيلة من أرباح مادية أو معنوية، ورغم أهمية هذه القيمة الإخبارية إلا أنها تعرضت لبعض الانتقادات، كعدم توخي الدقة عند نقل الأخبار وعدم التأكد من المصادر بسبب السرعة في بث المعلومة لكسب سبق دون استكمال أهم الإجابات. ووجود قيمة (السلبية) في المرتبة الثانية في القناتين دليل على اعتماد كلتا القناتين على الأخبار السلبية والتركيز عليها في تغطيتها الإخبارية.

ويؤكد الباحث سلمان صالح على "أن التركيز على الأخبار السلبية هو أحد أهم العوامل التي تؤدي إلى تشويه صورة دول العالم الثالث، حيث لا يُنقل عن هذه الدول في وسائل الإعلام الغربية سوى الأخبار السلبية مثل الكوارث والمجاعات والانقلابات وأحداث العنف والأخبار التي توحى بتخلف هذه الشعوب" (1).

إن وجود قيمة الصراع في المرتبة الثالثة في قناة France24 والمرتبة الخامسة في قناة BBC دليل على اهتمام قناة France24 بها وبدرجة أقل في قناة BBC في تغطيتها الإخبارية، ويشير الباحث سلمان صالح إلى أهمية هذه القيمة في الإعلام الغربي بقوله "تولى وسائل الإعلام الغربية قيمة الصراع أهمية كبيرة حيث تهم بتغطية أحداث الصراع، الحروب، الخلافات، المظاهرات والاضطرابات مبررة بأن استخدام هذه القيمة الخيرية "يأتي استجابة لرغبات الإنسان وغرائزه ولتحقيق أهداف تجارية وتسويقية، قد يكون جزءا من الحقيق لكنه ليس الحقيق، وذلك أن هناك أهداف أيديولوجية رأسمالية غربية من وراء التركيز على الأخبار ذات الطبيعة الصراعية" (2).

إن وجود قيمة القرب في ذيل الترتيب دليل على ضعف الاهتمام بهذه القيمة مقارنة بالقيم الإخبارية الأخرى، ويمكن أن يفسر عدم الاهتمام بهذه القيمة ما قالته هبة السمري في دراستها المتعلقة بالنشرة الإخبارية باللغة الإنجليزية في التلفزيون المصري "أن هذه القيمة لا تعد بنفس درجة الأهمية في المجتمعات الغربية عنها في المجتمعات النامية، حيث أن الإعلام الغربي يهتم بالخبر الأكثر تأثيرا والأشد وقعا على المشاهد من الخبر الذي وقع في دولة أقرب فمثلا من السهل أن نجد مقدمة نشرة أخبار في قناة أمريكية قصة إخبارية وقعت في باريس، بينما في القنوات العربية عادة ما تكون أخبار المقدمة ذات طابع محلي" (3).

(1) _سليمان صالح، مقدمة في علم الصحافة، مرجع سابق، ص 80، 81.

(2) _ المرجع نفسه، ص 87.

(3) _هبة السمري، النشر الاخبارية باللغة الانجليزية في التلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الاعلام، 1987م، ص 107-108.

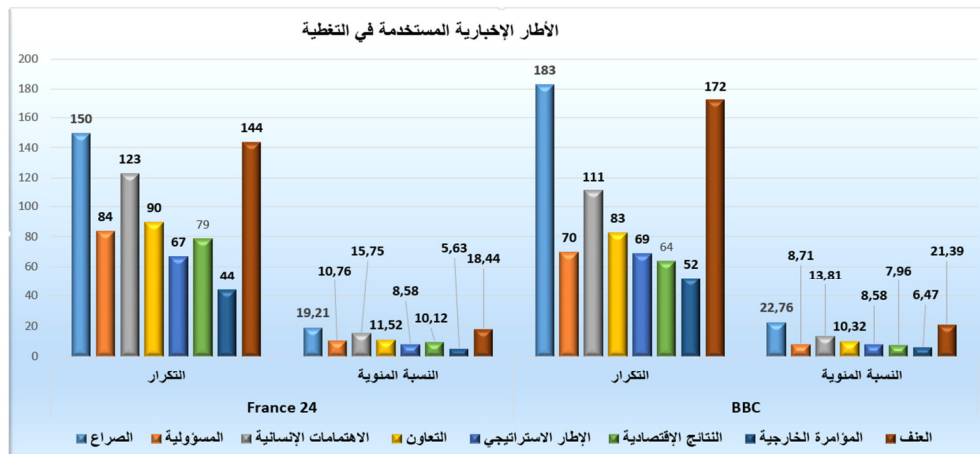
الجدول رقم (29): وصف الأطر الإخبارية المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

الأطر الإخبارية المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)				
BBC		France24		الأطر الإخبارية المستخدمة
%	التكرار	%	التكرار	
%22,76	183	%19,21	150	الصراع
%8,71	70	%10,76	84	المسؤولية
%13,81	111	%15,75	123	الاهتمامات الإنسانية
%10,32	83	%11,52	90	التعاون
%8,58	69	%8,57	67	الإطار الاستراتيجي
%7,96	64	%10,12	79	النتائج الاقتصادية
%6,47	52	%5,63	44	المؤامرة الخارجية
%21,39	172	%18,44	144	العنف
%100	804	%100	781	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

الشكل رقم (26): وصف الأطر الإخبارية المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات محل

الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على النتائج الدراسة التحليلية

من خلال الجدول الخاص بالأطر الخبرية المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة) نجد أن المرتبة الأولى كانت لإطار (الصراع) في كلتا القناتين بنسبة 22,76% في قناة BBC ونسبة 19,21% في قناة France24، والمرتبة الثانية في ترتيب الأطر كان إطار (العنف) بنسبة 21,39% في قناة BBC ونسبة 18,44% في قناة France24، والمرتبة الثالثة حل إطار (الاهتمامات الإنسانية) بنسبة 15,75% في قناة France24 ونسبة 13,81% في قناة BBC، والمرتبة الرابعة جاء إطار (التعاون) بنسبة 11,52% في قناة France24 ونسبة 10,32% في قناة BBC، والمرتبة الخامسة حل إطار (المسؤولية) بنسبة 10,76% في قناة France24، والمرتبة السادسة في قناة BBC بنسبة 8,71%، ثم جاء إطار (النتائج الاقتصادية) بنسبة 10,12% في قناة France24 والمرتبة السابعة في قناة BBC بنسبة 7,96%، والمرتبة السابعة كانت ل (الإطار الاستراتيجي) بنسبة 8,58% في قناة BBC ونسبة 8,57% في قناة France24، والمرتبة الثامنة في كلتا القناتين كانت لإطار (المؤامرة الخارجية) بنسبة 6,47% في قناة BBC ونسبة 5,63% في قناة France24.

من النتائج الكمية والنسب المئوية لترتيب الأطر الخبرية في التغطية للقناتين يتضح لدينا أن كلتا القناتين تتفق في ترتيب الأطر الأربعة الأولى، وهي الصراع والعنف، والاهتمامات الإنسانية، والتعاون، ثم يختلف الترتيب في أطر المسؤولية، والنتائج الاقتصادية، والإطار الاستراتيجي، ويتفقان على إطار المؤامرة الخارجية في المرتبة الأخيرة.

إن وجود إطار (الصراع) في الصدارة في كلتا القناتين مع تفوق ضئيل لصالح قناة BBC يؤكد حرص القناتان على إبراز الجوانب السلبية في مختلف أنحاء العالم، من خلال التركيز على الحروب والنزاعات لأنها تعتبرها أهم الأخبار، والأكثر مشاهدة، و ثم توظيفه في الصراع في اليمن الصراع في سوريا، الصراع في العراق، الصراع في السودان، والصراع في ليبيا، والإطار الثاني هو إطار (العنف) وهو في الغالب مرتبط بالأحداث ما يسمى بالإرهاب مثل العنف في اليمن، والعنف في الجزائر، ثم إطار (الاهتمامات الإنسانية).

"يعد هذا الإطار من أكثر الأطر استخداما وشيوعا في تأطير الأحداث والقضايا، حيث يهتم بالزاوية العاطفية في تقديم الحدث أو القضية أو المشكلة مع اضمحاء الطابع الشخصي عليها، وهذا يعطي صفة مميزة للإطار الخبري المستخدم في التغطية"⁽¹⁾. و ثم توظيف هذا الإطار خاصة مع انشاز جائحة كورونا في كل أنحاء العام، والبحث عن اللقاح له، ثم إطار (التعاون)، و ثم توظيفه في التعاون الدولي والعربي والإقليمي

(1) _نحلة مظفر أبو رشيد، المعالجة الإخبارية لقضايا الدول النامية في الفضائيات العربية، مرجع سابق، ص 104 نقلا عن نصيرة تامي، مرجع سابق، ص 98.

والتعاون الأوروبي خاصة مع جائحة كورونا، وبعده إطار (المسؤولية) يقدم هذا الإطار الحدث أو القضية أو المشكلة أو الموضوع في شكل ارجاع المسؤولية تجاه ظهورها أو حلها على الحكومة أو الأفراد أو الجماعات، ومن امثلة توظيفه هو تحميل إيران مسؤولية فشل الاتفاق النووي مع الوكالة الدولية للطاقة الذرية، وبعده إطار (النتائج الاقتصادية) ويضع هذا الإطار الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث ويشير إلى التأثير المتوقع على الأفراد والدول والمؤسسات. و"غالبا ما تؤثر الأخبار في حدود التأثير الاقتصادي الفعلي أو المحتمل أو نتائجه على الجمهور، ويعكس هذا الإطار الانشغال بقرار المكسب والخسارة"⁽¹⁾، وثم توظيف هذا الأخير في التركيز على النتائج المادية لجعل الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية وأكثر ارتباطا بمصالح الناس، وبعده (الإطار الاستراتيجي) وتم توظيفه في الانتخابات الفرنسية، والانتخابات التشريعية الجزائرية، والانتخابات الرئاسية الإيرانية والانتخابات الإسرائيلية، واتفقتا القناتين على المرتبة الأخيرة لإطار (المؤامرة الخارجية)، ونخلص إلى ما ذكره الباحث أحمد زكريا أحمد "أن التغطية المتحيزة تترادف إلى حد ما مع مفهوم التأطير"⁽²⁾ حيث يركز الصحفي على جانب معين من الخبر وقد يحذف بعض الوقائع أو يبالغ في بعضها أو يشوه بعض الوقائع"⁽³⁾. وهذا كان ما لمسناه في التغطية الإخبارية للقناتين محل الدراسة.

إن النتائج السابقة أظهرت وجود نسبي لقاعدة الحياد وعدم التحيز في التغطية الإخبارية للقناتين (محل الدراسة) وبدرجة تكاد تكون متساوية.

(1) _نخلة مصطفى ابو زيد، مرجع سابق، ص 104.

(2) _أحمد زكريا أحمد، الكتابة الصحفية الإخبارية وتأثيراتها، مرجع سابق، ص 113.

(3) _ليلي عبد المجيد ومحمود علم الدين، مرجع سابق، ص 53.

الفصل السادس:

الإجراءات المنهجية للدراسة الميرانية

- المبحث الأول: الإجراءات المنهجية لدراسة الميدانية
- المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

المبحث الأول: الإجراءات المنهجية لدراسة الميدانية

تمهيد

استندت الدراسة الميدانية بشكل أساسي على دراسة تقييم الصحفيين والأساتذة الجزائريين المتخصصين في الإعلام والاتصال للقواعد المهنية في التغطية الإعلامية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية France24/ BBC؛ فموضوعية النتائج وصحتها تتوقف على صدق المنهج المتبع وذلك عن طريق معالجة الدراسة وتحليل النتائج المتواصل إليها. وسيتم في هذا المبحث إلى كل من منهج الدراسة، ومجتمع وعينة الدراسة، نموذج ومتغيرات الدراسة، جمع بيانات الدراسة، أداة الدراسة بالإضافة إلى أساليب التحليل الإحصائي.

المطلب الأول: الإطار المنهجي للدراسة

يقتضي علينا تقديم أدوات الدراسة المستعملة في عملية جمع البيانات وصف مجتمع وعينة الدراسة المستهدفة والمنهج المتبع على دراسة الإشكالية ووصفها وصفا دقيقا زيادة إلى تحديد التقنيات الوصفية واستخدام الأساليب الإحصائية.

أولاً: منهج وجمع بيانات الدراسة

اعتمدنا في هذه الدراسة على المعلومات المحصول عليها من الصحفيين والأساتذة الجزائريين محل الدراسة، وأهم ما في هذه الدراسة هو قياس اتجاه آراء أطراف العينات المدروسة للقواعد المهنية في التغطية الإعلامية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية France24/ BBC، فقد أستخدمنا المنهج الوصفي التحليلي بغية جمع البيانات وتحليلها واختبار الفرضيات. كما أن المعطيات التي تم جمعها بواسطة أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان (ملحق رقم 2) الذي يعبر عن تساؤلات خاصة بالشكل وبالمضمون للإجابة على الفرضيات التي تعتبر أساسية في البحث العلمي واستخدمنا للاستبيان الورقي والاستبيان الإلكتروني كوسيلة لجمع البيانات، بعد تعديلها بما يتطابق وموضوع الدراسة، ومن ثم تحكيمها من قبل المختصين. وقد قمنا بتوزيع الاستبيان بالاعتماد على الوسائل التالية:

- ✓ يدا بيد، وجها لوجه مع الصحفيين.
- ✓ وتصميم استبيان إلكتروني للأساتذة الجزائريين المتخصصين في الإعلام والاتصال.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة

يختلف معنى مجتمع الدراسة عن معنى عينة الدراسة، إذ يشير معنى مجتمع الدراسة إلى "المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة". بينما يشير معنى عينة الدراسة إلى "تلك العينة التي تتوزع فيها خصائص المجتمع بنفس النسب الواردة في المجتمع". في هذه الخطوة، قمنا بتعريف المجتمع المراد دراستهم يتكون من الصحفيين وأساتذة الجزائريين المتخصصين في الإعلام والاتصال.

عينة الدراسة: الميدانية.. تتكون من 60 مفردة، 30 أستاذاً جامعياً من 9 مؤسسات جامعية من قسم الإعلام والاتصال، و30 صحفياً من ثلاث قنوات تلفزيونية إخبارية، قناة النهار، وقناة البلاد، وقناة الإخبارية الجزائرية، والتفاصيل في الجداول اللاحقة.

المطلب الثاني: أداة الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة

للتعرف على تقييم الصحفيين والأساتذة الجزائريين المتخصصين في الإعلام والاتصال للقواعد المهنية في التغطية الإعلامية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية BBC / France24، تم الاستعانة بتصميم استبيان يضم مختلف متغيرات الدراسة.

أولاً: أداة الدراسة

تتناول عملية تصميم الاستبيان جوانب مختلفة من الموضوع الذي تتم دراسته وتجب على الأسئلة المختلفة المطروحة. وقد تم تعديل الاستبيان ومحتواه بناءً على تعليقات بعض أساتذة الجامعات المدروسين. بالإضافة إلى المتخصصين في البحث والتطوير العلمي، وبناءً على ذلك تم تصميم الاستبانة لوصف متغيرات الدراسة وفق أربعة محاور أساسية، منها ما يلي:

1- المحور الأول: المعلومات الشخصية

وهي البيانات الشخصية الخاصة بالأساتذة الجزائريين المتخصصين في الإعلام والاتصال من جهة وتتضمن جملة من متغيرات هي: اسم المؤسسة الجامعية والإعلامية، الجنس، سنوات الخبرة والرتبة

الجامعية. أمّا من جهة أخرى هي البيانات الشخصية الخاصة بالصحفيين وتتضمن مجموعة من متغيرات هي: اسم المؤسسة الجامعية والإعلامية، الجنس، سنوات الخبرة والمستوى الدراسي.

2-المحور الثاني: متابعة أفراد العينة للقنوات الاجنبية الناطقة بالعربية

يتضمن هذا المحور أسئلة حول متابعة أفراد العينة للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية وقد يشمل على ستة أسئلة، وهي كما يلي:

- س1: هل تتابع برامج القنوات الإخبارية؟
- س2: ماهي القنوات التي تتابعها؟
- س3: هل تتابع قناتي BBC وFrance24؟
- س4: حدد أهم المواد الإخبارية التي تحرص على متابعتها في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية
- س5: هل تتابع نشرات الأخبار في قناتي BBC وFrance24؟
- س6: ما متوسط الوقت الذي تقضيه في متابعة نشرات الأخبار؟

3-المحور الثالث: اعتماد أفراد العينة على التغطية الإعلامية في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية

تم تخصيص هذا المحور حول اعتماد أفراد العينة على التغطية الإعلامية في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية والمتكون من أربعة أسئلة وهي كما يلي:

- س7: ما مدى اعتمادك على النشرات الإخبارية في متابعة الأزمات في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية؟
- س8: ماهي القضايا والأزمات التي تفضل متابعتها في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية؟
- س9: كفاية المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية؟
- س10: ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في تغطية القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية؟

4-المحور الرابع: تقييم حول وجود القواعد المهنية في المواد الإخبارية للقنوات الإخبارية

الناطق بالعبية (France24, BBC)

أأأأأ في هأا المأور على أأأأأ حول وأور القوأع المأنية في الموأ الإأبارية للقنوأ الإأبارية الناطقة بالعبية (France24, BBC) والمأكون من سة أبعاد وبعد منقسم بأوره إلى أربعة عناصر وهي كما يلي:

أ البعأ الأول: وأور قاعدة الةقة الشاملة في أأأأأ الإأبارية للقنوأ الإأبارية (France24, BBC) الناطقة بالعبية

1- وأور قاعدة الةقة في أأأأأ الإأبارية للقنوأ الإأبارية مأل الةرسة (سبع فقرات).

2- وأور قاعدة الةقة المعلومة في أأأأأ الإأبارية للقنوأ (مأل الةرسة أربع فقرات).

3- وأور قاعدة الةقة الصورة في أأأأأ الإأبارية للقنوأ مأل الةرسة (ست فقرات).

4- وأور قاعدة الةقة اللغة في أأأأأ الإأبارية للقنوأ مأل الةرسة (ست فقرات).

أ البعأ الثاني: وأور قاعدة أأأأأ في أأأأأ الإأبارية للقنوأ الإأبارية مأل الةرسة (ست فقرات)

أ البعأ الثالث: وأور قاعدة الشمولية وأأأأأ في أأأأأ الإأبارية للقنوأ الإأبارية الناطقة بالعبية مأل الةرسة (أمس فقرات)

أ البعأ الرابع: وأور قاعدة الوضوح في أأأأأ الإأبارية للقنوأ الإأبارية مأل الةرسة (سبع فقرات)

أ البعأ الخامس: وأور قاعدة عأم أأأأ (أأأأ) في أأأأأ الإأبارية للقنوأ الإأبارية

◀ محل الدراسة

(سبع فقرات).

◀ البعد السادس: وجود قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية محل الدراسة (ثمانية فقرات).

ثالثًا: الاختبارات الإحصائية المستخدمة في التحليل الكمي لاختبار الفرضيات

هناك العديد من الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات الكيفية والكمية التي لا يمكن حصرها، وسنورد الاختبارات الإحصائية المناسبة لفرضيات الدراسة والتي تم استخدامها لتحليل البيانات الكمية.

1. البرامج الإحصائية المستخدمة في التحليل الكمي لاختبار الفرضيات

بغية وصف وتحليل نتائج الدراسة الميدانية وقياس اتجاهات إجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبيان، وتحديد تقييم الصحفيين والأساتذة الجزائريين المتخصصين في الإعلام والاتصال للقواعد المهنية في التغطية الإعلامية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية France24/ BBC وإجراء مختلف الاختبارات تم الاعتماد على حزمة البرامج الإحصائية للعلوم (SPSS) الإصدار (26)، ويعتبر من أبرز التقنيات الحديثة في تحليل البيانات الكمية.

2. اختبارات الإحصاء الوصفي لتحليل البيانات الكمية

- التكرارات والنسب المئوية، استخدمت لوصف إجابات أفراد عينة الدراسة.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية في إجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبيان.
- الوزن النسبي: ويمثل الوسط الحسابي لإجابات الأفراد على الحد الأقصى لنموذج ليكارث الخماسي.

3. طرق الإحصاء الاستدلالي المستخدمة لاختبار الفرضيات

- معامل ألف كرونباخ **Alpha de Cronbach**: من معاملات قياس الثبات وهو عبارة عن معامل ارتباط بين عبارات المقياس

- الثبات عن طريق التجزئة النصفية: حيث يتم تجزئة فقرات الاستبانة إلى جزأين، الجزء الأول يمثل الأسئلة الفردية والجزء الثاني يمثل الأسئلة الزوجية ثم يحسب معامل الارتباط r بين درجات الأسئلة الفردية ودرجات الأسئلة الزوجية ثم تصحيح معامل الارتباط بمعادلة بيرسون براون-Spearman Brown

- المقارنة الطرفية الصدق التمييزي: اختبار صدق المقياس تم استخدام طريقة المقارنة الطرفية الصدق التمييزي بعد تطبيق المقياس في الدراسة الاستطلاعية، وتم تقييم العينة إلى عينة طرفية عليا ودنيا بنسبة 27%.

- معامل الارتباط (Pearson): تم استخدامه من أجل التأكد من ثبات أداة الدراسة، وتحديد معامل ارتباط بيرسون في البيانات المتصلة الثنائية المتغيرات لتحديد قوة الارتباط الخطي واتجاهه بين مجموعتين من البيانات.

- اختبار ستودنت (T-Test): للحكم على معنوية معالم النموذج

- اختبار التوزيع الطبيعي Kolmogorov-Smirnov: صمم هذا الاختبار للتحقق فيما إذا كان توزيع العينة يختلف اختلاف دال إحصائي على توزيع ما في حالتنا التوزيع الطبيعي، حيث تنص الفرضية الصفرية على أن البيانات تتبع توزيع طبيعي حيث إذا كانت قيمته أكبر من 5% نقول إن بيانات العينة تتبع التوزيع إلى المختار وإذا كانت قيمته أقل من 5% نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرض البديل الذي يقول إن البيانات لا تخضع للتوزيع الطبيعي.

المطلب الثالث: الدراسة الاستطلاعية لأداة الدراسة للقواعد المهنية للتعطية الإخبارية في

القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية FRANCE24, BBC

يمكن التعرف على صدق وثبات الاستبانة، باستخدام عدة اختبارات نحتويها فيما يلي:

1. اختبارات صدق أداة الدراسة:

1.1 الصدق الظاهري:

يقصد بالصدق الظاهري لأداة الدراسة (الاستبيان)، هو عرض هذا الأخير على مجموعة من الأساتذة المختصين في المتخصصين في الإعلام والاتصال، وذلك بغية معرفة آرائهم حول تناسق فقرات الدراسة مع متغيرات البحث، وبعد إجراء التغييرات المطلوبة توفقا لتعليماتهم تم تحضير الاستمارة النهائية لإعطائها الأساتذة المتخصصين وللصحفيين، وهم انفسهم اللذين حكموا استمارة التحليل .

الصدق البنائي لأداة الدراسة لمقياس الصمت التنظيمي:

تم اعتماد اختبار الاتساق الداخلي لاطلاع على الصدق البنائي وذلك في غضون ما يلي:

أ. حساب معاملات الارتباط بين أبعاد محور تقييم حول وجود القواعد المهنية في التعطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية مع الدرجة الكلية للمحور:

حتى نتمكن من معرفة الصدق البنائي لأداة الدراسة تم حساب مصفوفة الارتباط بين أبعاد محور تقييم حول وجود القواعد المهنية في المواد الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية مع الدرجة الكلية للمحور مع الدرجة الكلية للمحور، كما هي مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (30): نتائج معامل الاتساق الداخلي بين أبعاد ومحور تقييم حول وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية مع الدرجة الكلية

الدرجة الكلية		المحاور
معامل بيرسون	مستوى الدلالة	
0,830**	0,00	البعد الأول: وجود وقاعدة الدقة في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (محل الدراسة)
0,700**	0,00	العنصر رقم 1 وجود وقاعدة الدقة في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية (محل الدراسة)
0,622**	0,00	العنصر رقم 2 وجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)
0,802**	0,00	العنصر رقم 3 وجود قاعدة دقة الصورة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)
0,855**	0,00	العنصر رقم 4 وجود قاعدة دقة اللغة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)
0,844**	0,00	البعد الثاني: وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (محل الدراسة)
0,826**	0,00	البعد الثالث: وجود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (محل الدراسة)
0,914**	0,00	البعد الرابع: وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (محل الدراسة)
0,661**	0,00	البعد الخامس: وجود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية
0,986**	0,00	البعد السادس: وجود قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية
** الارتباط معنوي عند مستوى 0.01. (ثنائي). * الارتباط معنوي عند مستوى 0.05. (ثنائي).		

المصدر : من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

توضح نتائج الجدول أعلاه قيم معامل الارتباط بيرسون بين أبعاد محور تقييم حول وجود القواعد المهنية في المواد الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية مع الدرجة الكلية للأداة، حيثما نلاحظ أنها كلها معنوية بالنظر إلى مستوى دلالتها الذي هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، ما يدل على وجود علاقة ارتباط بينهم قوية، إذن يوجد ارتباط بنائي للاستبانة المستعملة في الدراسة.

ب. حساب معاملات الارتباط بين عبارات أبعاد محور تقييم حول وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية والأداة ككل

يمكن تأكيد الارتباط البنائي من خلال التعرف كذلك على علاقة الارتباط بين العبارات والأداة ككل

والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم (31): نتائج معامل الارتباط بين عبارات أبعاد محور تقييم حول وجود القواعد

المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية والأداة ككل

عبارات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	ع	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	ع	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	ع	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
ع1	,698**	0	ع15	,718**	0	ع29	,667**	0	ع43	,666**	0
ع2	,605**	,001	ع16	,680**	0	ع30	,771**	0	ع44	,602**	,001
ع3	,630**	,001	ع17	,825**	0	ع31	,791**	0	ع45	,482*	,015
ع4	,435*	,030	ع18	,728**	0	ع32	,759**	0	ع46	,495*	,012
ع5	,441*	,027	ع19	,823**	0	ع33	,798**	0	ع47	,709**	0
ع6	,611**	,001	ع20	,784**	0	ع34	,761**	0	ع48	,779**	0
ع7	,524**	,007	ع21	,725**	0	ع35	,848**	0	ع49	,844**	0
ع8	,533**	,006	ع22	,715**	0	ع36	,840**	0	ع50	,887**	0
ع9	,624**	,001	ع23	,681**	0	ع37	,919**	0	ع51	,896**	0
ع10	,556**	,004	ع24	,753**	0	ع38	,713**	0	ع52	,871**	0
ع11	,469*	,018	ع25	,788**	0	ع39	,817**	0	ع53	,875**	0
ع12	,739**	0	ع26	,708**	0	ع40	,763**	0	ع54	,890**	0
ع13	,759**	0	ع27	,686**	0	ع41	,838**	0			
ع14	,806**	0	ع28	,589**	,002	ع42	,684**	0			

**الارتباط معنوي عند مستوى 0.01 (ثنائي). *الارتباط معنوي عند مستوى 0.05 (ثنائي).

المصدر : من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

تبين الجدول أعلاه معنويات معاملات الارتباط في كل عبارات الاستبيان مع الدرجة الكلية، حيث كان أقوى ارتباط بين الدرجة الكلية للاستبيان والعبارات، في العبارة 51 «الابتعاد عن السب وإلحاق الضرر بالأشخاص المعنيين في الأخبار» إذ بلغ قيمة 0,896 وأقل ارتباط كان في العبارة 4 «الاعتماد على مصادر موثوقة» حيث قدرت قيمته 0,435، ما يؤكد على الارتباط البنائي للاستبانة.

ت. حساب الصدق التمييزي (المقارنة الطرفية) لأبعاد محور تقييم حول وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية:

تم ترتيب درجات المقياس للدراسة الاستطلاعية تنازليا وتم اختيار 27% من الفئة العليا و 27% من الفئة الدنيا، وبعد ذلك تم حساب الفروق بين المجموعتين عن طريق اختبار (T) والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم (32): نتائج معاملات الصدق التمييزي لأبعاد محور تقييم حول وجود القواعد

المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية

أبعاد المحور	المجموعة الدنيا ن=27		المجموعة العليا ن=27		قيمة (ت) التمييز test T	مستوى الدلالة
	ع	م	ع	م		
محور الرابع	133,7500	41,42377	204,2500	17,18596	4,446-	0,001
البعد الأول	59,8750	17,89204	90,8750	10,78938	4,197-	0,001
العنصر رقم 1	18,8750	5,59177	28	2,77746	4,134-	0,001
العنصر رقم 2	1100	2,82843	16,3750	1,99553	4,392-	0,001
العنصر رقم 3	14,1250	5,40998	25,5000	2,92770	5,230-	0
العنصر رقم 4	14,5000	5,34522	23,7500	2,71241	4,365-	0,001
البعد الثاني	12,1250	3,52288	22	0,92582	7,668-	0
البعد الثالث	11,7500	3,45378	20,5000	2	6,201-	0
البعد الرابع	15,5000	5,78174	26,5000	2,72554	4,867-	0
البعد الخامس	10,2500	3,45378	19,6250	2,77424	5,986-	0
البعد السادس	17,1250	6,33443	30,6250	1,50594	5,865-	0

المصدر : من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

يتضح من الجدول السابق أن قيمة مستوى الدلالة أصغر من 0.05%، حيث أنه دال إحصائيا ما يؤكد على وجود فروق بين المجموعة العليا والدنيا في كل أبعاد المقياس كما هو مبين في الجدول أعلاه، وهذا ما يجعلنا نستنتج أن أبعاد محور تقييم حول وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية له قدرة تمييزية ويتمتع بالصدق، ومن ثم يمكن للباحثة تطبيقه في الدراسة الأساسية.

2. اختبار ثبات أداة الدراسة:

1.2 معامل ألفا كرونباخ لأبعاد محور تقييم حول وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية:

تم استخدام اختبار ألفا كرونباخ لمعرفة درجة ثبات في كل أبعاد المقياس والجدول التالي يبين لنا نتائج المتحصل عليها:

الجدول رقم (33): نتائج معامل الثبات * ألفا كرونباخ * لجميع أبعاد محور تقييم حول وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية

المحاور	قيمة الاختبار	مستوى القياس
محور الرابع: تقييم حول وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية	,976	ممتاز
البعد الأول: وجود قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية	,977	ممتاز
العنصر رقم 1 وجود قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية	,977	ممتاز
العنصر رقم 2 وجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية للقنوات محل الدراسة:	,977	ممتاز
العنصر رقم 3 وجود قاعدة دقة الصورة في التغطية الإخبارية في القنوات محل الدراسة	,977	ممتاز
العنصر رقم 4 وجود قاعدة دقة اللغة في التغطية الإخبارية للقنوات محل الدراسة	,977	ممتاز
البعد الثاني: وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (محل الدراسة)	,977	ممتاز
البعد الثالث: وجود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية محل الدراسة	,977	ممتاز
البعد الرابع: وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية	,977	ممتاز
البعد الخامس: وجود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية	,977	ممتاز
البعد السادس: وجود قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية	,988	ممتاز
الاستبيان ككل	,977	ممتاز

المصدر : من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

توضح نتائج الجدول أعلاه أن معاملات الثبات الجزئية نلاحظ قد حققت نتائج ممتازة في كل الأبعاد وكذا المحور، وبلغت قيم اختبار ألفا كرونباخ قيم أدنى قدر بـ0,976 أعلاها قدرت بـ0,988 أما فيما يخص معامل ثبات محور تقييم حول وجود القواعد المهنية في المواد الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية ككل فقد قدرت قيمة ألفا كرونباخ بـ0,977، وهي تدل على ثبات واتساق ممتاز لنتائج

الدراسة حسب المقاييس المحددة في الدراسات العلوم الإنسانية. كما يمكن تأكيد ذلك من خلال التعرف على معاملات الثبات لكل العبارات من الجدول الملحق رقم (35)

2.2 حساب الثبات بطريقة التجزئة النصفية لمحور تقييم حول وجود القواعد المهنية في

التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (محل الدراسة):

يمكن إدراج نتائج التجزئة النصفية لجميع أبعاد محور تقييم حول وجود القواعد المهنية في المواد

الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (34): معامل الثبات بطريقة التجزئة النصفية لمحور تقييم حول وجود

القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (محل الدراسة)

البيان	قيمة المعامل
قيمة معامل Guttman	0.926

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط قدر ب 0.926، ما يؤكد تمتع المقياس بمعامل ثبات

ممتاز.

المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

يشمل هذا المبحث عرضاً وتحليلاً للبيانات التي تضمنها الدراسة، وكذلك الخصائص العامة لأفراد العينة، بالإضافة إلى العرض المفصل لإجاباتهم على جميع فقرات الاستبيان ومتغيراته، وإدراك اتجاهات آراؤهم، ومن أجل اختبار فرضيات الدراسة والتعرف على تقييم حول وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية لدى الصحفيين والأساتذة الجزائريين المتخصصين في الإعلام والاتصال، كان واجباً علينا الاستعانة بأساليب التحليل الإحصائي الوصفي والاستدلالي لاختبار نموذج الدراسة، حيث تناول هذا المبحث كل من التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة وتحليل النتائج للاختبارات المرتبطة بمتغيرات الدراسة وأخيراً اختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الأول: التحليل الوصفي لخصائص أفراد العينة

1. خصائص أفراد العينة الخاصة بالأساتذة المتخصصين في الإعلام والاتصال

نبدأ بدراسة التحليل الوصفي لخصائص أفراد العينة الأساتذة حسب المتغيرات اسم المؤسسة الجامعية والإعلامية، الجنس، سنوات الخبرة والرتبة الجامعية

1.1 وصف متغير إسم المؤسسة الجامعية والإعلامية

سيتم عرض توزيع عينة الدراسة حسب إسم المؤسسة الجامعية والإعلامية من خلال الجدول التالي:

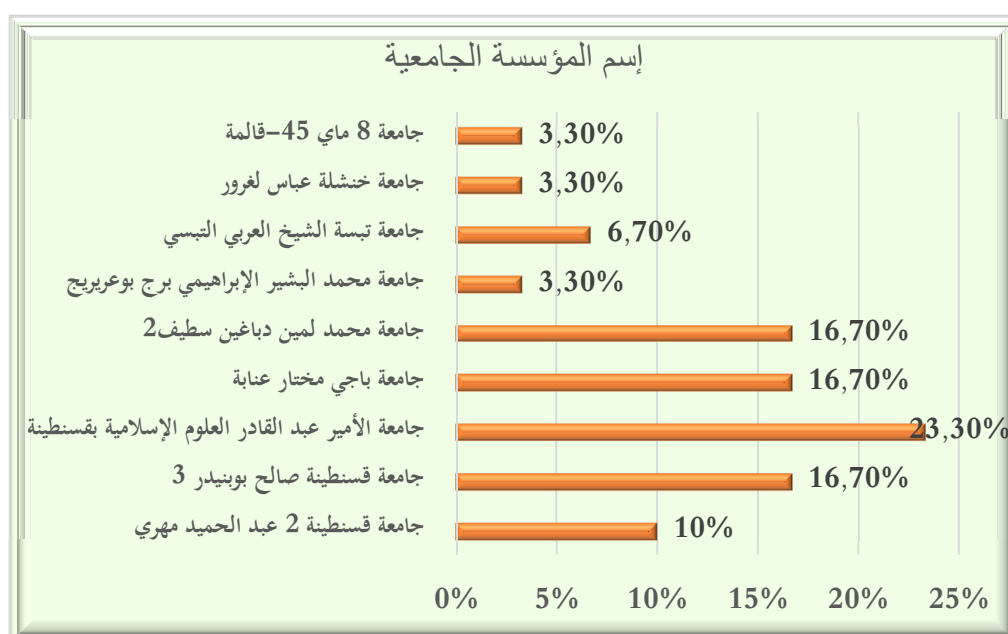
جدول رقم (35): وصف متغير إسم المؤسسة الجامعية والإعلامية

إسم المؤسسة الجامعية	التكرار	%
جامعة قسنطينة 2 عبد الحميد مهري	3	10%
جامعة قسنطينة صالح بونيدر 3	5	16,7%
جامعة الأمير عبد القادر العلوم الإسلامية بقسنطينة	7	23,3%
جامعة باجي مختار عنابة	5	16,7%
جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2	5	16,7%
جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريرج	1	3,3%
جامعة تبسة الشيخ العربي التبسي	2	6,7%
جامعة خنشلة عباس لغرور	1	3,3%
جامعة 8 ماي 45-قالمه	1	3,3%
المجموع	30	100%

المصدر : من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

توضح المعطيات السابقة أن أعلى نسبة هم من جامعة الأمير عبد القادر العلوم الإسلامية بقسنطينة، وقدرت بـ 23,3% أي ما يمثل 7 أفراد من عينة المدروسة، ثم الأساتذة من جامعة قسنطينة صالح بونيدر 3 وجامعة باجي مختار عنابة وجامعة محمد لمين دباغين سطيف 2 قد بلغت نسبتهم 16,7% أي 5 أفراد، أما الأساتذة بجامعة قسنطينة 2 عبد الحميد مهري قد بلغت نسبتهم 10% أي 3 أفراد، ثم الأساتذة بجامعة تبسة الشيخ العربي التبسي قد بلغت نسبتهم 6,7% أي 2 أفراد، وفي الأخير احتلت كل من جامعة محمد البشير الإبراهيمي برج بوعريريج، جامعة خنشلة عباس لغرور وجامعة 8 ماي 45-قلمة أضعف نسبة قدرت بـ 3,3%، أي ما تمثل فرد من العينة المدروسة. وللتوضيح أكثر لهذه النسب يأتي الشكل التالي:

الشكل رقم (27): وصف متغير اسم المؤسسة الجامعية والإعلامية



المصدر : من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

2.1 وصف متغير الجنس

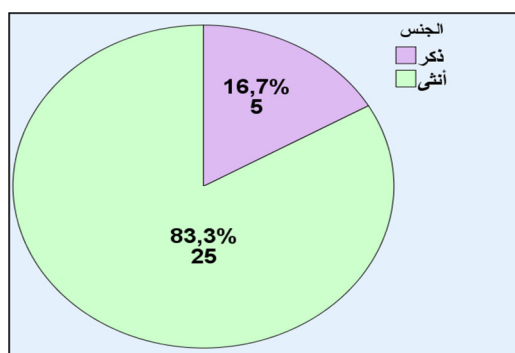
يمكن توضيح الجنس لعينة الدراسة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (36): توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	%
ذكر	5	16,7%
أنثى	25	83,3%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج *Spss* V26

الشكل رقم (28): توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج *Spss* V26

توضح المعطيات السابقة أن أغلب الأساتذة بالمؤسسة الجامعية هم من الفئة الإناث، حيث قد بلغت نسبتهم وهي أعلى نسبة قدرت بـ 83,3% أي ما يمثل 25 أستاذة من عينة المدروسة، في الأخير احتلت فئة ذكور أضعف نسبة قدرت بـ 16,7%، أي ما تمثل 5 أفراد من العينة المدروسة.

3.1 وصف متغير سنوات الخبرة

يمكن توضيح سنوات الخبرة لعينة الدراسة من خلال الجدول التالي:

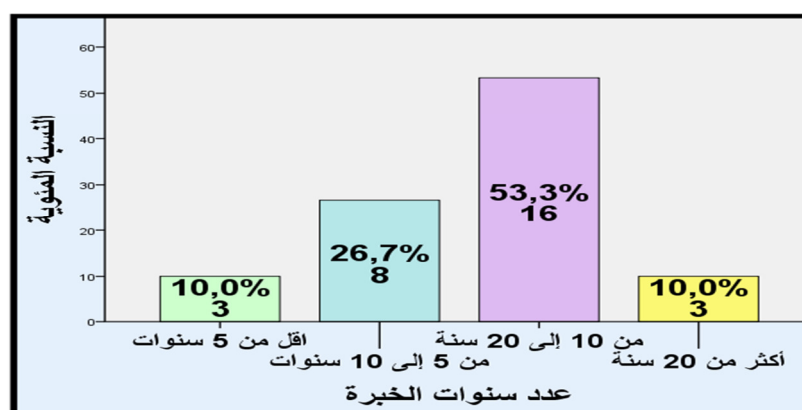
الجدول رقم (37): توزيع العينة حسب سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	التكرار	%
أقل من 5 سنوات	3	10%
من 5 إلى 10 سنوات	8	26,7%
من 10 إلى 20 سنة	16	53,3%
أكثر من 20 سنة	3	10%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج *Spss* V26

توضح المعطيات السابقة أن أغلب الأساتذة بالمؤسسة الجامعية هم من الفئة المتوسطة الأقدمية في العمل، حيث بلغت عدد سنوات الخبرة من 10 إلى 20 سنة وهي أعلى نسبة قدرت بـ 53,3% أي ما يمثل 16 أفراد من عينة المدروسة، كما نلاحظ أن الأساتذة ذو الخبرة من 5 إلى 10 سنوات قد بلغت نسبتهم 26,7% أي 8 أفراد، في الأخير احتلت الخبرة المهنية أقل من 5 سنوات وأكثر من 20 سنة أضعف نسبة قدرت بـ 10,0%، أي ما تمثل 3 أفراد من العينة المدروسة. وللتوضيح أكثر لهذه النسب يأتي الشكل التالي:

الشكل رقم (29): توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة



المصدر : من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

4.1 وصف متغير الرتبة الجامعية

يمكن توضيح الرتبة الجامعية لعينة الدراسة من خلال الجدول التالي:

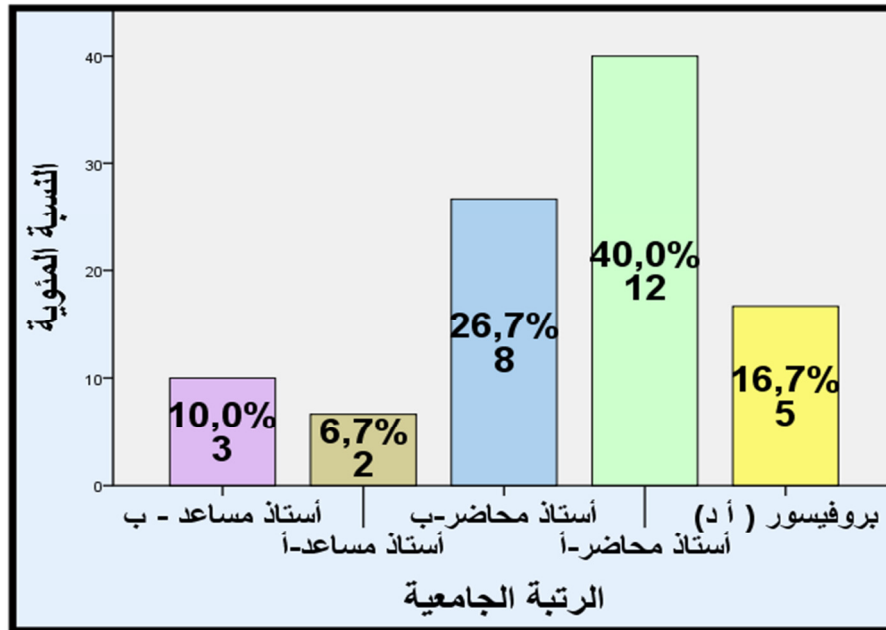
الجدول رقم (38): توزيع العينة حسب الرتبة الجامعية

الرتبة الجامعية	التكرار	النسبة المئوية
أستاذ مساعد - ب	3	10%
أستاذ مساعد - أ	2	6,7%
أستاذ محاضر - ب	8	26,7%
أستاذ محاضر - أ	12	40%
(بروفيسور أ د)	5	16,7%
المجموع	30	100%

المصدر : من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

يبين الشكل والجدول السابقين أن فئة أستاذ محاضر-أ حققت أعلى نسبة قدرت ب 40% ما يمثل 12 فرد تليها بعد ذلك فئة أستاذ محاضر-ب بنسبة 26,7% في حين بلغت فئة بروفيسور (أ د) نسبة 16,7%، أما فئة أستاذ مساعد - ب حققت نسبة 10%، وفئة أستاذ مساعد-أ 6,7%، وللتوضيح أكثر لهذه النسب يأتي الشكل التالي:

الشكل رقم (30): توزيع أفراد العينة حسب الرتبة الجامعية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

2. التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة فيما يخص متابعة أفراد العينة للقنوات الإخبارية

نبدأ بدراسة التحليل الوصفي لإجابات الأساتذة بالمؤسسة الجامعية والإعلامية على متابعتهم للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية.

1.2 وصف لإجابات الأساتذة على سؤال هل تتابع برامج القنوات الإخبارية؟

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال هل تتابع برامج القنوات الإخبارية؟ من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (39): وصف لإجابات الأساتذة على سؤال هل تتابع برامج القنوات الإخبارية؟

هل تتابع برامج القنوات الإخبارية؟		
الخيارات	التكرار	%
أحياناً	2	6,7%
غالباً	9	30%
دائماً	19	63,3%
المجموع	30	100%

المصدر : من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

تشير المعطيات أعلاه أن معظم أساتذة الجامعات من العينة المدروسة يتابعون برامج القنوات الإخبارية دائماً، حيث بلغت نسبتهم 63,3%، تلتها بعد ذلك فئة غالباً بنسبة 30%، في حين حققت فئة أحياناً نسبة 6,7%، وهي أضعف نسبة.

2.2 وصف لإجابات الأساتذة على سؤال ماهي القنوات الإخبارية التي تتابعها مع قناتي BBC

وFrance24؟

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال ماهي القنوات الإخبارية التي تتابعها مع قنوات BBC وFrance24؟ من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (40): وصف لإجابات الأساتذة على سؤال ماهي القنوات الإخبارية التي تتابعها مع قناتي BBC وFrance24؟

القنوات الإخبارية التي تتابعها مع قناتي BBC وFrance24			
إجابات مفقودة		إجابات صالحة	
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
0%	0	100%	30
الإجابات المتعددة		القنوات الإخبارية	
النسبة المئوية	التكرار		
8,3%	10	Sky	
10,0%	12	RT Arabic	
7,5%	9	TF1	
19,2%	23	العربية	
25,0%	30	الجزيرة	
11,7%	14	الشروق نيوز	
10,0%	12	التلفزيون الجزائري	
1,7%	2	النهار	
1,7%	2	TRT	
1,7%	2	الجزائر 24	
0,8%	1	النيل للأخبار	
0,8%	1	الشرق	
0,8%	1	المغربية	
0,8%	1	CNN	
100%	120	المجموع الكلي	

المصدر : من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

نلاحظ من الجدول أعلاه أن الإجابات المتكررة في العينة بصورة كبيرة فيما يخص القنوات الإخبارية التي يتابعونها قد كان من نصيب قناة الجزيرة بتكرار قدر ب 30 مرة، تلتها بعد ذلك العربية 23 مرة في حين حققت كل من شروق نيوز و RT Arabic و Ky والتلفزيون الجزائري تكرار أكبر من أو يقارب 10، في حين حققت باقي القنوات تكرار أو تكرارين ما يؤكد على عدم مشاهدتها من طرف العينة.

3.2 وصف لإجابات الأساتذة على سؤال حدد أهم المواد الإخبارية التي تحرص على متابعتها في القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة بالعربية

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال حدد أهم المواد الإخبارية التي تحرص على متابعتها في القنوات الإخبارية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (41): وصف لإجابات الأساتذة على سؤال حدد أهم المواد الإخبارية التي تحرص على متابعتها في القنوات الإخبارية

أهم المواد الإخبارية التي تحرص على متابعتها في القنوات الإخبارية			
إجابات صالحة		إجابات مفقودة	
التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
30	100%	0	0%
المواد الإخبارية		الإجابات المتعددة	
		التكرار	النسبة المئوية
النشرات الإخبارية		30	25,9%
موجز الأخبار		14	12,1%
التغطيات المباشرة		19	16,4%
البرامج الإخبارية		10	8,6%
التحليلات الإخبارية		16	13,8%
التعليقات الإخبارية		6	5,2%
التقارير الإخبارية		9	7,8%
عناوين الأخبار		10	8,6%
التحقيقات		1	0,9%
البرامج الوثائقية والثقافية		1	0,9%
المجموع الكلي		116	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

نلاحظ من الجدول أعلاه أن الإجابات المتكررة في العينة بصورة كبيرة فيما يخص أهم المواد الإخبارية التي يحرص على متابعتها قد كان من نصيب النشرات الإخبارية بتكرار قدر ب 30 مرة ونسبة 25,9%، تلتها بعد ذلك التغطيات المباشرة 19 مرة ونسبة 16,4% في حين حققت كل من التحليلات الإخبارية 13,8% وموجز الأخبار 12,1%، والبرامج الإخبارية 8,6% وعناوين الأخبار 8,6%، أما التعليقات الإخبارية والتقارير الإخبارية

96 مرة في حين حققت باقي المواد الإخبارية تكرار أو تكرارين ما يؤكد على عدم مشاهدتها من طرف العينة.

4.2 وصف لإجابات الأساتذة على سؤال هل تتابع نشرات الأخبار في قناتي BBC وFrance24؟

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال هل تتابع نشرات الأخبار في قناتي BBC وFrance24؟ من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (42): وصف لإجابات الأساتذة على سؤال هل تتابع نشرات الأخبار في قناتي BBC وFrance24؟

هل تتابع نشرات الأخبار في قناتي France24 وBBC؟					
هل تتابع نشرات الأخبار في قناة BBC؟			هل تتابع نشرات الأخبار في قناة France24؟		
النسبة المئوية	التكرار	الخيارات	النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
/	/	أبداً	/	/	أبداً
6,7%	2	نادراً	3,3%	1	نادراً
13,3%	4	أحياناً	20%	6	أحياناً
36,7%	11	غالباً	23,3%	7	غالباً
43,3%	13	دائماً	53,3%	16	دائماً
100%	30	المجموع	100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

◀ تشير المعطيات أعلاه أن النسبة الأكبر أساتذة الجامعات من العينة المدروسة يتابعون النشرات الإخبارية دائماً في قناة France24، حيث بلغت نسبتهم 53,3%، تلتها بعد ذلك فئة غالباً بنسبة 23,3%، في حين حققت فئة أحياناً نسبة 20%، في الأخير احتلت نادراً أضعف نسبة قدرت ب 3,3%.

◀ تلوح المعطيات أعلاه أن النسبة الأكبر أساتذة الجامعات من العينة المدروسة يتابعون النشرات الإخبارية دائماً في قناة BBC، حيث بلغت نسبتهم 43,3%، تلتها بعد ذلك فئة غالباً بنسبة 36,7%، في حين حققت فئة أحياناً نسبة 13,3%، في الأخير احتلت نادراً أضعف نسبة قدرت ب 6,7%.

من خلال النتائج الكمية يتضح لدينا بأن الأساتذة الجامعيين يتابعون النشرات الإخبارية في قناة France24 بصفة دائمة أكبر من متابعتهم لقناة BBC، ويتابعونها غالباً في قناة BBC بصفة أكبر من قناة France24، وأحياناً يتابعونها في قناة France24 بصفة أكبر من قناة BBC، ويتابعونها نادراً في قناة BBC بصفة أكبر من قناة France24.

يمكن تفسير ان النسبة الأكبر من الأساتذة الجامعيين يتابعون نشرات الإخبارية بصفة دائمة في القناتين من أجل تحديث معلوماتهم باستمرار على مستجدات وتطورات الأحداث فيما يخص اهتماماتهم، ولأنهم يمتلكون القدرة والمستوى الأكاديمي الذي يمكنهم على الفهم والتحليل.

2-5- وصف لإجابات الأساتذة على سؤال هل تتابع نشرات الأخبار بشكل كامل في قناتي France24 وBBC؟

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال هل تتابع نشرات الأخبار بشكل كامل في قناتي France24 وBBC من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (43): وصف لإجابات الأساتذة على سؤال هل تتابع نشرات الأخبار بشكل كامل في قناتي BBC وFrance24؟

هل تتابع نشرات الأخبار بشكل كامل في قناتي France24 وBBC؟					
هل تتابع نشرات الأخبار بشكل كامل في قناة France24؟			هل تتابع نشرات الأخبار بشكل كامل في قناة BBC؟		
الخيارات	التكرار	%	الخيارات	التكرار	%
أتابع النشرة كلها	11	36,7%	أتابع النشرة كلها	7	23,3%
أتابع نصف النشرة	12	40%	أتابع نصف النشرة	13	43,3%
أتابع العناوين فقط	7	23,3%	أتابع العناوين فقط	10	33,3%
المجموع	30	100%	المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

◀ نلاحظ من البيانات السالفة أن النسبة الأكبر من أساتذة الجامعات من العينة المدروسة يتابعون نصف نشرات الإخبارية في قناة France24، حيث بلغت نسبتهم 40%، أما بالنسبة للأساتذة الجامعيين الذين يتابعون نشرات الإخبارية كلها فيحققون نسبة مئوية 36,7%، ثم يأتي أساتذة الجامعات الذين يتابعون العناوين فقط بنسبة وهي أضعف نسبة قدرت ب 23,3%.

◀ نرى من البيانات السابقة أن النسبة الأكبر من أساتذة الجامعات من العينة المدروسة يتابعون نصف نشرات الإخبارية في قناة BBC، حيث بلغت نسبتهم 43,3%، ثم يأتي أساتذة الجامعات الذين يتابعون العناوين فقط بنسبة قدرت ب 23,3%، ما يتعلق بالأساتذة الجامعيين الذين يتابعون نشرات الإخبارية كلها فيحققون نسبة 23,3% وهي أضعف نسبة.

من خلال النتائج الكمية يتضح لدينا، أن اللذين يتابعون نصف النشرة في قناة BBC أكبر من اللذين يتابعون نصف النشرة في قناة France24، وأن عدد الأساتذة الجامعيين اللذين يتابعون كامل النشرة

الإخبارية في قناة France24 أكبر من عدد الأساتذة الذين يتابعون كامل النشرة في قناة BBC والذين يتابعون الا عناوين في النشرة الإخبارية نجد العدد أكبر في الذين يتابعون قناة BBC.

يمكن تفسير أن نسبة الأساتذة الجامعيين الذين يتابعون كامل النشرة الإخبارية في القنوات نسبة ضعيفة نوعا ما نظرا لانشغالاتهم اليومية وحسب احتياجاتهم، فهم يقومون بانتقاء ما يشاهدونه، أما يشاهدون جزء من النشرة أو يكتفون بالعناوين، فالأساتذة الجامعيون يشاهدون النشرات لعدة قنوات إخبارية، ولا يكتفون بمصدر واحد، ومن ثم يحللون ويقارنون، ثم يقبلون المعلومة.

3. التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة فيما يخص اعتماد أفراد العينة على التغطية الإعلامية في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية

نبدأ بدراسة التحليل الوصفي لإجابات الأساتذة بالمؤسسة الجامعية والإعلامية على اعتمادهم على التغطية الإعلامية في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية.

1.3 وصف لإجابات الأساتذة على سؤال ما مدى اعتمادك على النشرات الإخبارية في متابعة الأزمات في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية؟

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال ما مدى اعتمادك على النشرات الإخبارية في متابعة الأزمات في القنوات الإخبارية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (44): وصف لإجابات الأساتذة على سؤال ما مدى اعتمادك على النشرات الإخبارية في متابعة الأزمات في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية؟

ما مدى اعتمادك على النشرات الإخبارية في متابعة الأزمات؟		
الخيارات	التكرار	%
بدرجة كبيرة	7	23,3%
بدرجة متوسطة	21	70%
بدرجة منخفضة	2	6,7%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

نلاحظ من البيانات السابقة أن معظم أساتذة الجامعات من العينة المدروسة يعتمدون على النشرات الإخبارية بدرجة متوسطة في متابعة الأزمات، حيث بلغت نسبتهم 70%، أما بالنسبة للأساتذة الجامعيين الذين يعتمدون على النشرات الإخبارية بدرجة كبيرة في متابعة الأزمات فيحققون نسبة مئوية 23,3%، ثم

يأتي أساتذة الجامعات الذين يعتمدون على النشرات الإخبارية بدرجة منخفضة في متابعة الأزمات بنسبة قدرت ب 6,7 % وهي أضعف نسبة.

ويمكن تفسير ذلك بأن 70% من الأساتذة من قسم الإعلام والاتصال يعتمدون بشكل متوسط على النشرات الإخبارية في القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية (محل الدراسة) كمصدر للمعلومات حول الأحداث الجارية، وإن لديهم مصادر أخرى للمعلومات من أجل تكوين وجهات نظر حول القضايا والمواضيع المختلفة. فالمستوى الأكاديمي والمعرفي يكسبهم القدرة على التحليل وأعمال العقل ومقارنة المعلومة من مصادر قنوات متعددة، لأن تعرض الاستاذ الجامعي للقنوات الإخبارية هو تعرض انتقائي.

2.3 وصف لإجابات الأساتذة على سؤال ماهي القضايا والأزمات التي تفضل متابعتها في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية؟

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال ماهي القضايا والأزمات التي تفضل متابعتها في القنوات الإخبارية؟ من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (45): وصف لإجابات الأساتذة على سؤال ماهي القضايا والأزمات التي تفضل متابعتها في القنوات الإخبارية؟

ماهي القضايا والأزمات التي تفضل متابعتها في القنوات الإخبارية؟			
إجابات مفقودة		إجابات صالحة	
%	التكرار	%	التكرار
0%	0	100%	30
الإجابات المتعددة		القنوات الإخبارية	
النسبة المئوية	التكرار		
21,4%	28	قضايا جزائرية	
18,3%	24	الصراع العربي الإسرائيلي	
6,1%	8	الأزمة الخليجية	
6,9%	9	الصراع الصيني الأمريكي	
11,5%	15	الصراع الروسي الأمريكي	
13,0%	17	الأزمات الإقليمية	
22,9%	30	الأزمات العالمية	
100%	131	المجموع الكلي	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

نلاحظ من الجدول أعلاه أن الإجابات المتكررة في العينة بصورة كبيرة فيما يخص ما يفضل متابعته من القضايا والأزمات في القنوات الإخبارية قد كان من نصيب الأزمات العالمية بتكرار قدر ب 30 مرة بنسبة 22,9%، تلتها بعد ذلك القضايا الجزائرية بنسبة 21,4% والصراع العربي الإسرائيلي ب 24 مرة بنسبة 18,3% في حين حققت كل من الأزمات الإقليمية والصراع الروسي الأمريكي تكرار أكبر من أو يقارب 10، أما حققت كل من الصراع الصيني الأمريكي والأزمة الخليجية 9 و 8 مرة.

ويمكن تفسير ذلك باختلاف اهتمامات الأساتذة وتنوعها فهم ينتقون ما يشاهدونه باستمرار حسب احتياجاتهم، ومستوياتهم، وتوجهاتهم، وانشغالاتهم الأكاديمية البحثية والعلمية وأهم القضايا الازمات العالمية، والشؤون الجزائرية، والقضية الفلسطينية.

3.3 وصف لإجابات الأساتذة على سؤال كفاية المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية في قناتي France24 وBBC؟

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال كفاية المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية؟ من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (46): وصف لإجابات الأساتذة على سؤال كفاية المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية

الإخبارية في قناتي France24 وBBC ؟

كفاية المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية للقناتي France24 وBBC؟					
كفاية المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية في قناة France24؟			كفاية المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية في قناة BBC؟		
الخيارات	التكرار	%	الخيارات	التكرار	%
غير كافية تماما	2	6,7%	غير كافية تماما	1	3,3%
غير كافية	5	16,7%	غير كافية	7	23,3%
كافية	21	70%	كافية	19	63,3%
كافية جدا	2	6,7%	كافية جدا	3	10%
المجموع	30	100%	المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

◀ نلاحظ من البيانات السابقة أن معظم أساتذة الجامعات من العينة المدروسة أن المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية في قنوات France24 كافية، حيث بلغت نسبتهم 70%، أما نسبة الأساتذة الجامعيين الذين يرون أنها غير كافية تقدر ب 16,7%، أما نسبة 6.7% من أساتذة الجامعات يعتقدون أنها غير كافية تماما وكافية جدا في نفس الوقت.

تبين البيانات الممثلة في الجدول أعلاه أن معظم الأساتذة من عينة الدراسة أن المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية في قنوات BBC كافية، حيث بلغت نسبتهم 63,3%، ثم يأتي أساتذة الجامعات الذين يرون أنها غير كافية قدرت نسبتهم بـ 23,3%، أما باقي أساتذة الجامعات من العينة المدروسة الذين يعتبرون أنها كافية جدا بنسبة 10% وغير كافية تماما بنسبة 3,3% وهي أضعف نسبة.

ويمكن ان نفسر ذلك بمدى متابعة الأساتذة الجامعيين للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية فهم يتابعون عدة قنوات وعدة مصادر للمعلومات، وقدراتهم الأكاديمية تمكنهم من الحكم على أنها غير كافية جدا لفهم ابعاد القضية ومختلف التكهّنات، ولابد من تنوع القنوات والمقارنة بينها، ثم تقبل المعلومات.

4.3 وصف لإجابات الأساتذة على سؤال ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في تغطية القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية France24 و BBC؟

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في تغطية القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية في قناتي France24 و BBC؟ من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (47): وصف لإجابات الأساتذة على سؤال ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في تغطية القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية France24 و BBC ؟

ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في تغطية القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية France24 و BBC؟					
ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في التغطية الإخبارية لقناة France24؟			ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في تغطية القنوات الإخبارية في قناة BBC؟		
الخيارات	التكرار	%	الخيارات	التكرار	%
بدرجة كبيرة	7	23,3%	بدرجة كبيرة	4	13,3%
بدرجة متوسطة	8	26,7%	بدرجة متوسطة	11	36,7%
بدرجة منخفضة	14	46,7%	بدرجة منخفضة	12	40%
لا أثق فيها	1	3,3%	لا أثق فيها	3	10%
المجموع	30	100%	المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

نلاحظ من البيانات السابقة أن النسبة الأكبر من الأساتذة من العينة المدروسة أنهم يثقون في تغطية القنوات الإخبارية في قنوات France24 بدرجة قليلة، حيث بلغت نسبتهم 46,7%، أما نسبة الأساتذة الجامعيين الذين يثقون في تغطية القنوات الإخبارية بدرجة متوسطة تقدر بـ 26,7%، أما نسبة 23,3% من أساتذة الجامعات يثقون فيها بدرجة كبيرة جداً أما نسبة 3,3% لا يثقون فيها وهي أضعف نسبة.

◀ نلاحظ من البيانات الأنفة أن النسبة الأكبر من الأساتذة من عينة الدراسة أنهم يثقون في تغطية القنوات الإخبارية في قنوات BBC بدرجة قليلة، حيث بلغت نسبتهم 40%، أما نسبة الأساتذة الذين يثقون في تغطية القنوات الإخبارية بدرجة متوسطة تقدر بـ 36,7%، أما نسبة 13,3% من أساتذة الجامعات يثقون فيها بدرجة كبيرة جداً أما نسبة 10% لا يثقون فيها وهي أضعف نسبة.

ويمكن تفسير ذلك بأن الأستاذ الجامعي هو من جمهور النخبة لا يمكن يصدق أي خبر يث في أي قناة إخبارية مهما كانت شهرة القناة، فتكوينه الأكاديمي في مجال الإعلام والاتصال يمكنه من الفهم والتحليل والمقارنة بين الأخبار من خلال قنوات تلفزيونية إخبارية أخرى، ونوعية المصادر المعتمدة في نقل الخبر، ومنه يمكن أن يكتشف صدق ودقة الخبر فيثق فيه أو العكس، فهم لا يثقون في مصدر واحد، وهم يعرفون مسبقاً توجهات هذه القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية.

المطلب الثاني: التحليل الوصفي لخصائص أفراد العينة الخاصة بالصحفيين

1. خصائص أفراد العينة الخاصة بالصحفيين

نبدأ بدراسة التحليل الوصفي لخصائص أفراد العينة الخاصة بالصحفيين حسب المتغيرات اسم المؤسسة الإعلامية، الجنس، سنوات الخبرة، المستوى الدراسي والوظيفة

1.1 وصف متغير اسم المؤسسة الإعلامية

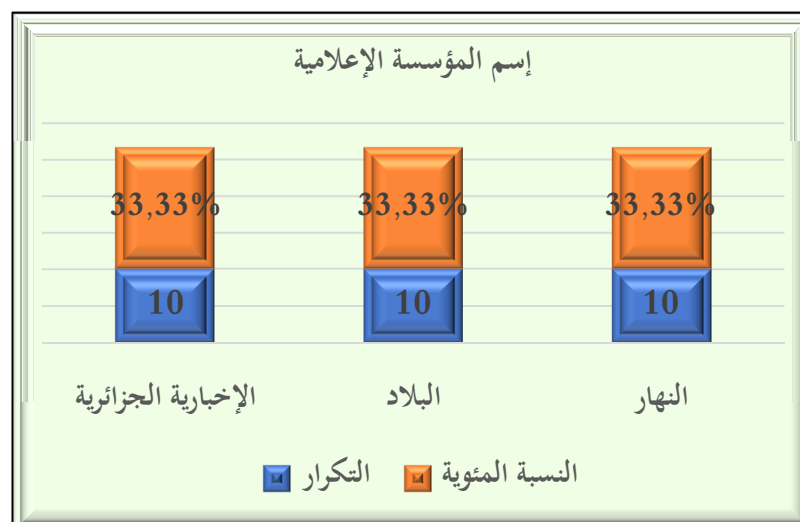
سيتم عرض توزيع عينة الدراسة حسب اسم المؤسسة الإعلامية من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (48): توزيع العينة حسب اسم المؤسسة الإعلامية

اسم المؤسسة الإعلامية	التكرار	%
الإخبارية الجزائرية	10	33,33%
البلاد	10	33,33%
النهار	10	33,33%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

الشكل رقم (31): توزيع أفراد العينة حسب اسم المؤسسة الإعلامية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

توضح المعطيات السابقة أن أفراد العينة الخاصة بالصحفيين تنقسم إلى ثلاثة أجزاء متساوية، يعادل كل منها 33,3%، أي 10 أفراد لكل مؤسسة إعلامية (الإخبارية الجزائرية، البلاد والنهار) .

2.1 وصف متغير الجنس

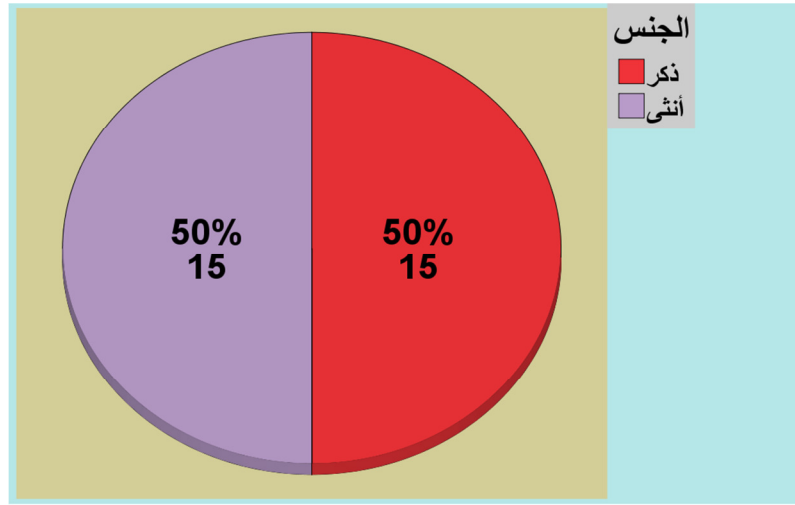
يمكن توضيح الجنس لعينة الدراسة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (49): توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	%
ذكر	15	50%
أنثى	15	50%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

الشكل رقم (32): توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج *Spss* V26

تبين المعطيات السالفة أن أفراد العينة الخاصة بالصحفيين تنقسم إلى قسمين متساويين، يعادل كل منهما نسبة تقدر ب 50%، أي 15 فرد لكل فئة.

3.1 وصف متغير سنوات الخبرة

يمكن توضيح سنوات الخبرة لعينة الدراسة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (50) : توزيع العينة حسب سنوات الخبرة

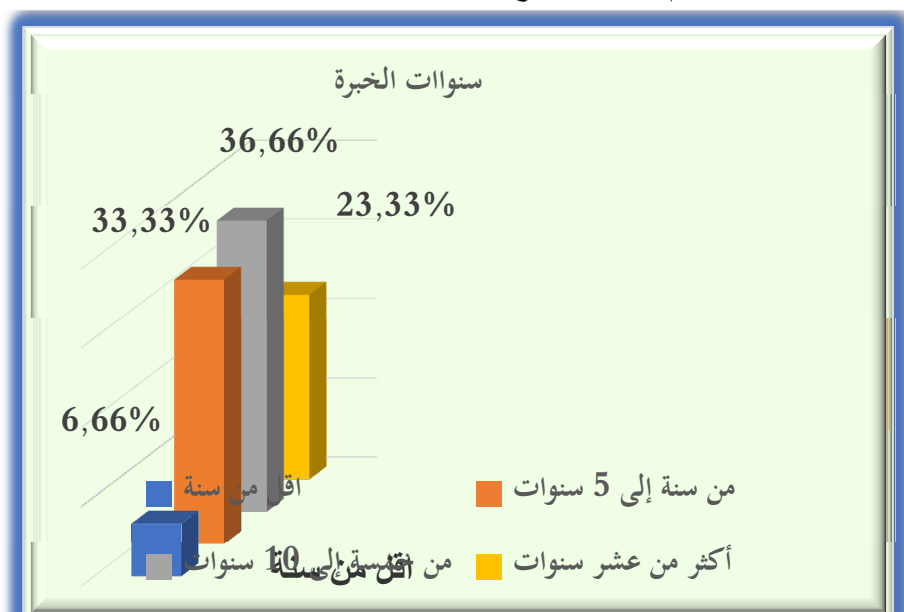
سنوات الخبرة	التكرار	%
أقل من سنة	2	6,66%
من سنة إلى 5 سنوات	10	33,33%
من خمسة إلى 10 سنوات	11	36,66%
أكثر من عشر سنوات	7	23,33%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

تشير المعطيات السابقة أن أغلب أفراد العينة الخاصة بالصحفيين هم من الفئة المتوسطة الأقدمية في العمل، حيث بلغت عدد سنوات الخبرة من خمسة إلى 10 سنوات وهي أعلى نسبة قدرت ب 36,66% أي ما يمثل 11 أفراد من عينة المدروسة، كما نلاحظ أن الصحفيين ذو الخبرة من سنة إلى 5 سنوات قد بلغت نسبتهم

33,33% أي 10 أفراد، ومن ناحية أخرى فإن فئة الخبرة التي تزيد عن عشر سنوات تمثل النسبة المئوية 23,33% أي 7 أفراد، في الأخير احتلت الخبرة المهنية أقل من سنة أضعف نسبة قدرت ب6,66%، أي ما تمثل 2 أفراد من العينة المدروسة. وللتوضيح أكثر لهذه النسب يأتي الشكل التالي:

الشكل رقم (33): توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة



المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

4.1 وصف متغير وظيفة أفراد العينة داخل المؤسسة الإعلامية

سيتم عرض توزيع عينة الدراسة حسب وظيفة أفراد عينة داخل المؤسسة الإعلامية من خلال الجدول التالي:

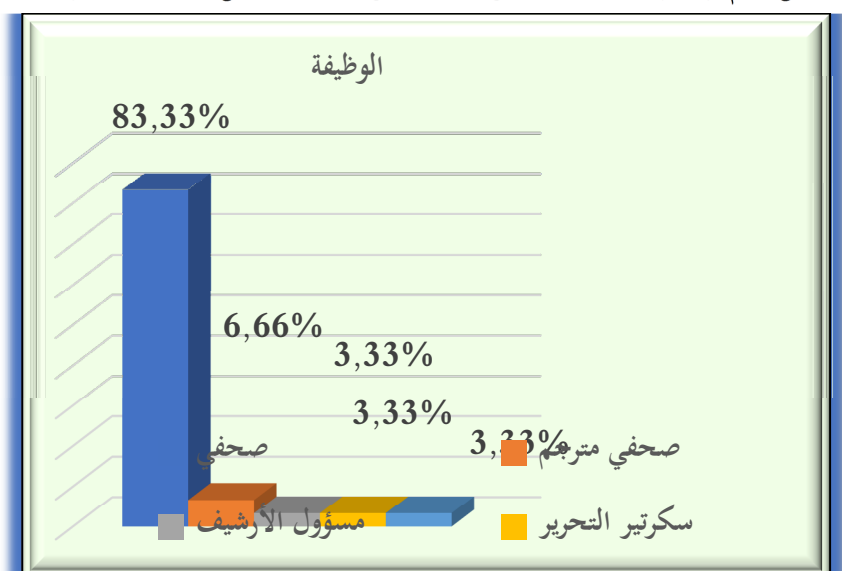
جدول رقم (51): وصف متغير وظيفة أفراد عينة داخل المؤسسة الإعلامية

وظيفة أفراد عينة داخل المؤسسة الإعلامية	التكرار	%
صحفي	25	83,33%
صحفي مترجم	2	6,66%
مسؤول الأرشفة	1	3,33%
سكرتير التحرير	1	3,33%
مبرمج يوتيوب	1	3,33%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

يبين الشكل أن فئة الذي يشغلون منصب صحفي إحتلت أعلى نسبة بقيمة 83,33%، في حين حقق منصب صحفي مترجم نسبة 6,66%، أما باقي المراكز الوظيفية فقد حققت نسبة 3,33%، في مسؤول الأرشيف، في سكرتير التحرير، ومبرمج يوتيوب، لأن عملية التوزيع أستهذفت بالصحفيين بصفة خاصة للحصول على معلومات أكثر دقة.

الشكل رقم (34): وصف متغير وظيفة أفراد عينة داخل المؤسسة الإعلامية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

5.1 وصف متغير المستوى الدراسي

سيتم عرض توزيع عينة الدراسة حسب وظيفة أفراد عينة داخل المؤسسة الإعلامية من خلال الجدول

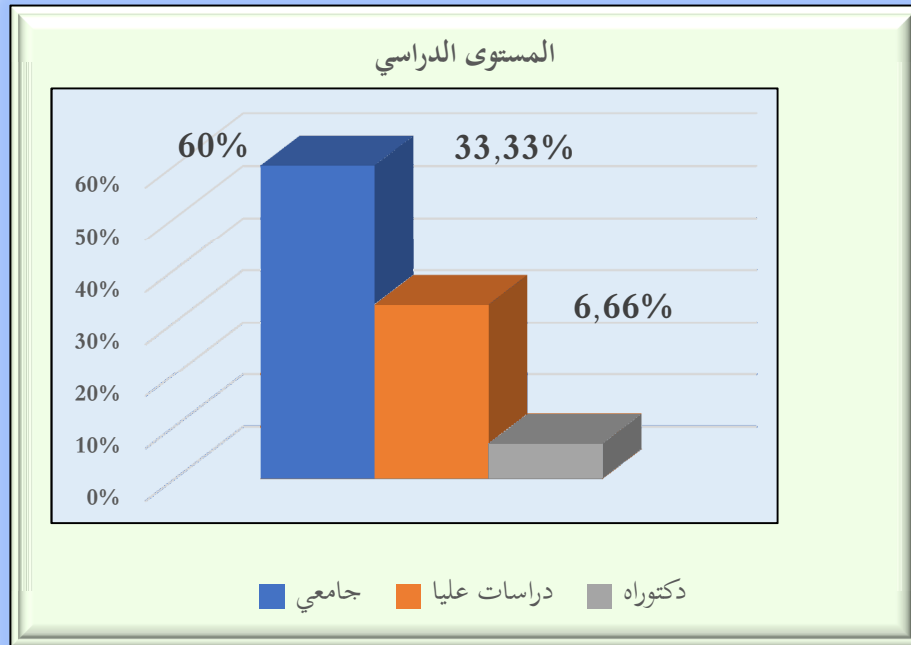
التالي:

جدول رقم (52): وصف متغير المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	التكرار	%
جامعي	18	60%
دراسات عليا	10	33,33%
دكتوراه	2	6,66%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

الشكل رقم (35): وصف متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على مخرجات SPSS V23

تشير المعطيات أعلاه إلى أن فئة المتحصلين على شهادة جامعية هم أعلى فئة في المؤسسات الإعلامية عينة الدراسة، حيث بلغت نسبتهم 60%، أي ما يقدر بـ 18 فرداً، تلتها بعد ذلك فئة دراسات عليا بنسبة 33,33% أي 10 أفراد، أما في الأخير تأتي فئة الدكتوراه التي حققت نسبة 6,66% ما يمثل 2 أفراد من العينة المدروسة.

2. التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة فيما يخص درجة متابعة أفراد العينة للقنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.

نبدأ بدراسة التحليل الوصفي لإجابات بالصحفيين على درجة متابعة أفراد العينة للقنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية.

2-1- وصف لإجابات الصحفيين على سؤال هل تتابع برامج القنوات الإخبارية؟

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال هل تتابع برامج القنوات الإخبارية؟ من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (53): وصف لإجابات الصحفيين على سؤال بين درجة متابعة لبرامج القنوات الإخبارية

بين درجة متابعة لبرامج القنوات الإخبارية		
الخيارات	التكرار	%
دائما	9	30%
غالبا	10	33,3%
أحيانا	9	30%
نادراً	/	/
أبداً	2	6,7%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

تشير المعطيات أعلاه أن معظم الصحفيين من العينة المدروسة يتابعون برامج القنوات الإخبارية غالباً، حيث بلغت نسبتهم 33,3%، تلتها بعد ذلك فئة دائماً وأحيانا بنسبة 30%، في حين حققت فئة أبداً نسبة 6,7%، وهي أضعف نسبة.

2.2 وصف لإجابات الصحفيين على سؤال ماهي القنوات الإخبارية التي تتابعها مع قناتي BBC

وFrance24؟

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال ماهي القنوات الإخبارية التي تتابعها مع

قناتي BBC وFrance24؟ من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (54): وصف لإجابات الصحفيين على سؤال ماهي القنوات الإخبارية التي تتابعها مع قناتي BBC وFrance24؟

ماهي القنوات الإخبارية التي تتابعها مع قناتي BBC وFrance24؟			
إجابات مفقودة		إجابات صالحة	
%	التكرار	%	التكرار
0%	0	100%	30
الإجابات المتعددة		القنوات الإخبارية	
النسبة المئوية	التكرار		
17,9%	14	الجزيرة	
16,7%	13	العربية	
12,8%	10	التلفزيون الجزائري	
12,8%	10	الشروق نيوز	
5,1%	4	RT ARABIC	
5,1%	4	الإخبارية الجزائرية	
7,7%	6	النهار	
5,1%	4	نيوز sky	
2,6%	2	Tf1	
3,8%	3	البلاد	
3,8%	3	براس Tv	
2,6%	2	بين سبورت	
2,6%	2	TRT	
1,3%	1	CNN	
100%	78	المجموع الكلي	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

نلاحظ من الجدول أعلاه أن الإجابات المتكرر في العينة بصورة كبيرة فيما يخص القنوات الإخبارية التي يتابعونها قد كان من نصيب قناة الجزيرة بتكرار قدر ب 14 مرة، تلتها بعد ذلك العربية 13 مرة في حين

حققت كل من شروق نيوز والتلفزيون الجزائري تكرار يقارب 10، في حين حققت باقي القنوات تكرار أقل من 10.

3.2 وصف لإجابات الصحفيين على سؤال: حدد أهم المواد الإخبارية التي تحرص على متابعتها في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال حدد أهم المواد الإخبارية التي تحرص على متابعتها في القنوات الإخبارية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (55): وصف لإجابات الصحفيين على سؤال حدد أهم المواد الإخبارية التي تحرص على متابعتها في القنوات الإخبارية

أهم المواد الإخبارية التي تحرص على متابعتها في القنوات الإخبارية			
إجابات مفقودة		إجابات صالحة	
%	التكرار	%	التكرار
0%	0	100%	30
الإجابات المتعددة		المواد الإخبارية	
النسبة المئوية	التكرار		
28,23%	24	النشرات الإخبارية	
11,76%	10	موجز الأخبار	
11,76%	10	البرامج الإخبارية	
16,47%	14	التحليلات الإخبارية	
16,47%	14	التقارير الإخبارية	
15,29%	13	عناوين الأخبار	
100%	85	المجموع الكلي	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

نلاحظ من الجدول أعلاه أن الإجابات المتكررة في العينة بصورة كبيرة فيما يخص أهم المواد الإخبارية التي يحرص على متابعتها قد كان من نصيب النشرات الإخبارية بنسبة 28,23% بتكرار قدر ب 24 مرة،

تلتهها بعد ذلك التحليلات الإخبارية بنسبة 16,47%، والتقارير الإخبارية 14 مرة بنسبة 16,47%، في حين حققت عناوين الأخبار نسبة 15,29% وكل من موجز الأخبار والبرامج الإخبارية بتكرار 10.

4.2 وصف لإجابات الصحفيين على سؤال هل تتابع نشرات الأخبار بشكل كامل في قناتي France24 وBBC؟

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال هل تتابع نشرات الأخبار بشكل كامل في قناتي France24 وBBC من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (56): وصف لإجابات الصحفيين على سؤال هل تتابع نشرات الأخبار بشكل كامل في قناتي France24 وBBC

هل تتابع نشرات الأخبار بشكل كامل في قناتي France24 وBBC؟					
هل تتابع نشرات الأخبار بشكل كامل في قناة BBC؟			هل تتابع نشرات الأخبار بشكل كامل في قناة France24؟		
%	التكرار	الخيارات	%	التكرار	الخيارات
10%	3	أتابع النشرة كلها	13,3%	4	أتابع النشرة كلها
56,7%	17	أتابع نصف النشرة	50%	15	أتابع نصف النشرة
33,3%	10	أتابع العناوين فقط	36,7%	11	أتابع العناوين فقط
100%	30	المجموع	100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

◀ نلاحظ من البيانات السالفة أن معظم الصحفيين من العينة المدروسة يتابعون نصف النشرات الإخبارية في قناة France24، حيث بلغت نسبتهم 50%، أما بالنسبة للصحفيين الذين يتابعون العناوين فقط فيحققون نسبة مئوية 36,7%، ثم يأتي الصحفيون الذين يتابعون النشرات الإخبارية كلها بنسبة 23,3% وهي أضعف نسبة.

◀ نرى من البيانات السابقة أن غالبية الصحفيين من العينة المدروسة يتابعون نصف النشرات الإخبارية في قناة BBC، حيث بلغت نسبتهم 56,7%، ثم يأتي الصحفيون الذين يتابعون العناوين فقط بنسبة قدرت بـ 33,3%، ما يتعلق بالصحفيين الذين يتابعون النشرات الإخبارية كلها فيحققون

نسبة 10% وهي أضعف نسبة، حيث نظرا لانشغالهم اليومية الوظيفية فإن متابعتهم انتقائية بين مختلف القنوات الإخبارية، ولهذا قد يكتفون بمتابعة نصف النشرة أو متابعة العناوين فقط.

5.2 وصف لإجابات الصحفيين على سؤال هل تتابع نشرات الأخبار في قناتي BBC وFrance24؟

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال هل تتابع نشرات الأخبار في قناتي BBC وFrance24؟ من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (57): وصف لإجابات الصحفيين على سؤال هل تتابع نشرات الأخبار في قناتي BBC وFrance24؟

هل تتابع نشرات الأخبار في قناتي BBC وFrance24؟					
هل تتابع نشرات الأخبار في قناة BBC؟			هل تتابع نشرات الأخبار في قناة France24؟		
%	التكرار	الخيارات	%	التكرار	الخيارات
6,7%	2	دائما	6,7%	2	دائما
20%	6	غالبا	40%	12	غالبا
40%	12	أحيانا	33,3%	10	أحيانا
20%	6	نادراً	10%	3	نادراً
13,3%	4	أبداً	10%	3	أبداً
100%	30	المجموع	100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

◀ تشير المعطيات أعلاه أن معظم الصحفيين من العينة المدروسة يتابعون النشرات الإخبارية غالباً في قناة France24، حيث بلغت نسبتهم 40%، تلتها بعد ذلك فئة أحيانا بنسبة 33,3%، في حين حققت فئة نادراً وأبداً نسبة 10%، في الأخير احتلت دائماً أضعف نسبة قدرت ب 6,6%.

← تلوح المعطيات أعلاه أن معظم الصحفيين من العينة المدروسة يتابعون النشرات الإخبارية دائماً في قناة BBC، حيث بلغت نسبتهم 40%، تلتها بعد ذلك فئة غالباً ونادراً بنسبة 20%، في حين حققت فئة أبداً بنسبة 13,3%، في الأخير احتلت دائماً أضعف نسبة قدرت ب 6,7%.

3. التحليل الإحصائي لإجابات عينة الدراسة فيما يخص اعتماد أفراد عينة الدراسة "الصحفيين" على التغطية الإعلامية في القنوات (محل الدراسة)

نبدأ بدراسة التحليل الوصفي لإجابات الصحفيين على اعتمادهم على التغطية الإعلامية في القنوات محل الدراسة

1.3 وصف لإجابات الصحفيين على سؤال ما مدى اعتماد أفراد عينة الدراسة "الصحفيين" على التغطية الإعلامية في القنوات (محل الدراسة)

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال ما مدى اعتمادك على النشرات الإخبارية في متابعة الأزمات في القنوات الإخبارية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (58): وصف لإجابات الصحفيين على سؤال ما مدى اعتماد أفراد عينة الدراسة "الصحفيين" على التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

ما مدى اعتماد أفراد عينة الدراسة "الصحفيين" على التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)		
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
بدرجة كبيرة	13	43,3%
بدرجة متوسطة	15	50%
بدرجة منخفضة	02	6,7%
المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

نلاحظ من البيانات السابقة أن معظم الصحفيين من الفئة المدروسة يعتمدون على النشرات الإخبارية بدرجة متوسطة في متابعة الأزمات، حيث بلغت نسبتهم 50%، أما بالنسبة للصحفيين الذين يعتمدون على النشرات الإخبارية بدرجة كبيرة في متابعة الأزمات فيحققون نسبة مئوية 43,3%، ثم يأتي الصحفيون الذين

يعتمدون على النشرات الإخبارية بدرجة منخفضة في متابعة الأزمات بنسبة قدرت ب 6,7% وهي أضعف نسبة.

ويمكن تفسير ذلك بكثرة المصادر التي يعتمد عليها الصحفيون كمصدر للمعلومات عن الأحداث الجارية، فلا يكتفون بقناة واحدة إنما يتوجهون إلى عدة قنوات كمصادر للمعلومات.

2.3 وصف لإجابات الصحفيين على سؤال ماهي القضايا والأزمات التي تفضل متابعتها في القنوات (محل الدراسة)

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال ماهي القضايا والأزمات التي تفضل متابعتها في القنوات الإخبارية في القنوات محل الدراسة؟ من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (59): وصف لإجابات الصحفيين على سؤال ماهي القضايا والأزمات التي تفضل متابعتها في القنوات (محل الدراسة)؟

ماهي القضايا والأزمات التي تفضل متابعتها في القنوات الإخبارية القنوات محل الدراسة؟			
إجابات مفعودة		إجابات صالحة	
%	التكرار	%	التكرار
0%	0	100%	30
الإجابات المتعددة		القنوات الإخبارية	
النسبة المئوية	التكرار		
23,25%	20	قضايا جزائرية	
22,09%	19	الصراع العربي الإسرائيلي	
4,65%	4	الصراع الأمريكي الصيني	
12,79%	11	الصراع الأمريكي الروسي	
16,27%	14	الأزمات الإقليمية	
20,93%	18	الأزمات العالمية	
100%	86	المجموع الكلي	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

نلاحظ من الجدول أعلاه أن الإجابات المتكررة في العينة بصورة كبيرة فيما يخص ما يفضل متابعته من القضايا والأزمات في القنوات الإخبارية محل الدراسة قد كان من نصيب قضايا جزائرية بتكرار قدر ب 20 مرة بنسبة 23,25%، تلتها بعد ذلك الصراع العربي الإسرائيلي ب 19 مرة بنسبة 22,09%، في حين حققت الأزمات العالمية تكرار يقارب 18 بنسبة 20,93%، أما الأزمات الإقليمية حققت تكرار يقارب 14 مرة. كما حققت الصراع الأمريكي الروسي تكرار يقارب 11 مرة، وفي الأخير الصراع الأمريكي الصيني حقق تكرار يقارب 4 مرة.

ويمكن تفسير اهتمام الصحفيين بالقضايا الجزائرية من منطلق قرب الأحداث مكانا وزمانا، ومعرفة معالجة وتغطية القنوات التلفزيونية الناطقة بالعربية لهذه الأحداث من باب تنويع المصادر ومدى تأثير سياسة القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية في تغطية تلك الأحداث.

3.3 وصف لإجابات الصحفيين على سؤال كفاية المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)؟

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال كفاية المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية محل الدراسة؟ من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (60): وصف لإجابات الصحفيين على سؤال كفاية المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)؟

كفاية المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)؟					
كفاية المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية في قناة BBC؟			كفاية المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية في قناة France24؟		
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية	الخيارات	التكرار	%
غير كافية تماما	/	/	غير كافية تماما	/	/
غير كافية	08	26,7%	غير كافية	09	30%
كافية	19	63,3%	كافية	18	60%
كافية جدا	3	10%	كافية جدا	3	10%
المجموع	30	100%	المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

« نلاحظ من البيانات السابقة أن معظم الصحفيين من العينة المدروسة أن المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية في قنات France24 كافية، حيث بلغت نسبتهم 63,3%، أما نسبة الصحفيين الذين يرون أنها غير كافية تقدر بـ 26,7%، أما نسبة 10% من الصحفيين يعتقدون أنها كافية جدا.

« تبين البيانات الممثلة في الجدول أعلاه أن غالبية الصحفيين من العينة المدروسة أن المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية في قنات BBC كافية، حيث بلغت نسبتهم 60%، ثم يأتي الصحفيون الذين يرون أنها غير كافية قدرت نسبتهم بـ 30%، أما باقي الصحفيين من العينة المدروسة الذين يعتبرون أنها كافية جدا بنسبة 10% وهي أضعف نسبة.

ويمكن تفسير ذلك أن الصحفيين يشاهدون ما يرغبون في مشاهدته، وليس ما يفرض عليهم، وهذا من شأنه يحدث التنوع في المعلومات بالاعتماد على مصادر متعددة خاصة، وأن لكل قناة خصائصها التي تميزها عن القناة الأخرى.

4.3 وصف لإجابات الصحفيين على سؤال ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)؟

لنبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص سؤال ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في تغطية القنوات الإخبارية لقنوات محل الدراسة؟ من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (61): وصف لإجابات الصحفيين على سؤال ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)؟

ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في تغطية القنوات الإخبارية لقنوات (محل الدراسة)؟					
ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في تغطية القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية في قناة France24؟			ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في تغطية القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية في قناة BBC؟		
الخيارات	التكرار	%	الخيارات	التكرار	%
بدرجة كبيرة	7	23,3%	بدرجة كبيرة	4	13,3%
بدرجة متوسطة	15	50%	بدرجة متوسطة	17	56,7%
بدرجة منخفضة	06	20%	بدرجة منخفضة	07	23,3%
لا أثق فيها	02	6,7%	لا أثق فيها	02	6,7%
المجموع	30	100%	المجموع	30	100%

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss* V26

« نلاحظ من البيانات السابقة أن غالبية الصحفيين من العينة المدروسة أنهم يثقون في تغطية القنوات الإخبارية في قنات France24 بدرجة متوسطة، حيث بلغت نسبتهم 50%، أما نسبة الصحفيين الذين يثقون في تغطية القنوات الإخبارية بدرجة كبيرة جداً تقدر بـ 23,3%، أما نسبة 20% من الصحفيين يثقون فيها بدرجة قليلة أما نسبة 6,7% لا يثقون فيها وهي أضعف نسبة.

« نلاحظ من البيانات السابقة أن أكثرية الصحفيين من العينة المدروسة أنهم يثقون في تغطية القنوات الإخبارية في قنات BBC بدرجة متوسطة، حيث بلغت نسبتهم 56,7%، أما نسبة الصحفيين الذين يثقون في تغطية القنوات الإخبارية بدرجة قليلة تقدر بـ 23,3%، أما نسبة 13,3% من الصحفيين يثقون فيها بدرجة كبيرة أما نسبة 6,7% لا يثقون فيها وهي أضعف نسبة.

ويمكن تفسير ذلك بكون الصحفي متخصص في المجال الإخباري، وأن مصادر معلوماته متعددة ومتنوعة، ومن خلال تجربته العملية فهو يمتلك المؤهلات التي تمكنه من التمييز بين الأخبار الصحيحة والكاذبة ويعرف جيداً تاريخ كل قناة وموافقها اتجاه مختلف الأحداث والقضايا الراهنة..

المطلب الثالث: وصف محاور الدراسة حسب إجابات عينة الدراسة:

قبل القيام بعملية الوصف الإحصائي لمختلف الإجابات، تم تحديد المقياس المعتمد في تقييم اتجاهات آراء العينة المدروسة من الصحفيين والأساتذة

1. مقياس الدراسة

اعتمدت الدراسة على استخدام مقياس فرانسيس ليكارث، وهو مقياس متداول في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ويمثل سلم ليكارث السلم الذي يستخدم في تصنيف الإجابات على أسئلة أو عبارات المقياس، وهناك سلم يحتوي ثلاث قيم وآخر خمس وآخر سبعة قيم وفي كثير من الأحيان يستخدم السلم ذي الخمس درجات كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (62): درجات مقياس ليكرث الخماسي

الوزن النسبي	1	2	3	4	5
الرأي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة

المصدر: عبد الفتاح عز، مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام SPSS، دار خوارزم العلمية للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 2007، ص540.

لاستخدام مقياس ليكرث ولمقارنة النتائج يجب أولاً حساب المدى وطول كل فئة بحيث يعبر المدى عن الفرق المطلق أكبر قيمة وأصغر: ويحسب بالعلاقة المدي = (القيمة العظمى - القيمة الصغرى) وفي حالتنا لدينا المدى = (4-5) = 4.

ثم إيجاد طول الفئة عن طريق قسمة المدى على عدد الفئات، وفي دراستنا الحالية المدى يساوي 4 وعدد الفئات هو 5 بعدد العبارات المعبرة عن الآراء حول كل فقرة.

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{المدى}}{\text{الأعلى الفئة قيمة}}$$

$$\text{طول الفئة} = \frac{4}{5} = 0.8$$

وبهذا نجد الفئات التالية لمقارنة النتائج ومن ثم أمكن وضع الوزن النسبي للخيارات على النحو التالي:

جدول رقم (63): مجالات تقييم الوزن النسبي للمتوسط الحسابي

الوزن النسبي	غير موافق بشدة	غير موافق	موافقة متوسطة	موافقة	موافقة بشدة
مجال الموافقة	[1,8-1]	] 2,6-1,8]	] 3,4-2,6]	] 4,2-3,4]	[5- 4,2]

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماد على مطبوعة مصطفى طويطي، ميلود وعيل،

أساليب تصميم وإعداد الدراسات الميدانية - منظور إحصائي، يجب تهميش المصدر في أسفل الصفحة مطبوعة، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، 2014. ص111.

<http://dspaceancien.univ-bouira.dz:8080/jspui/handle/123456789/3327>

1.2 وصف البعد الأول: وجود قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة باللغة العربية (محل الدراسة)

1.3 وصف فقرات البعد الأول (1): وجود قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).

نبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص فقرات البعد الأول (1) من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (64): وصف الإجابات حول البعد الأول وجود قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).

قناة BBC									قناة France24									تكرار	عبارات المقياس
مستوى القياس									مستوى القياس										
الوزن النسبي	الانحرا ف المعياري	المتوسط الحسا بي	المجموع	م ش	م	محايد	غ م	غ م ش	الوزن النسبي	الانحرا ف المعياري	المتوسط الحسا بي	م ش	م	محايد	غ م	غ م ش	%		
موافق	0.996	3.42	60	9	19	21	10	1	موافق	0.924	3.17	4	17	26	11	2	ت	ع1	
			100	15	31.7	35	16.7	1.7				6.7	28.3	43.3	18.3	3.3	%		
موافقة متوسطة	0.983	3.18	60	4	20	22	11	3	موافقة متوسطة	1.022	3.15	5	19	18	16	2	ت	ع2	
			100	6.7	33.3	36.7	18.3	5				8.3	31.7	30	26.7	3.3	%		
موافق	0.929	3.53	60	8	25	19	7	1	موافقة متوسطة	0.889	3.3	3	24	23	8	2	ت	ع3	
			100	13.3	41.7	31.7	11.7	1.7				5	40	38.3	13.3	3.3	%		
موافق	0.873	3.52	60	7	24	23	5	1	موافقة متوسطة	1	3.48	6	29	17	4	4	ت	ع4	
			100	11.7	40	38.3	8.3	1.7				10	48.3	28.3	6.7	6.7	%		
موافقة	0.933	3.33	60	6	19	26	7	2	موافق	1.03	3.42	7	24	20	5	4	ت	ع5	

الفصل السادس: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.....الإطار التطبيقي

متوسطة			100	10	31.7	43.3	11.7	3.3				11.7	40	33.3	8.3	6.7	%	
موافق	1.013	3.58	60	10	26	15	7	2	موافق	0.920	3.63	8	30	16	4	2	ت	ع6
			100	16.7	43.3	25	11.7	3.3				13.3	50	26.7	6.7	3.3	%	
موافق	0.922	3.62	60	11	21	23	4	1	موافق	0,873	3,48	4	30	19	5	2	ت	ع7
			100	18.3	35	38.3	6.7	1.7				30,1	35,7	15,7	12,9	5,6	%	
موافق	0.836	3.45	البعد الأول (1): وجود قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية في نشرات القنوات الإخبارية (محل الدراسة).						موافقة متوسطة	0.837	3.37	البعد الأول (1): وجود قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية في نشرات القنوات الإخبارية (محل الدراسة).						

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

✓ يبين الجدول أعلاه آراء العينة المدروسة، حيث نلاحظ أن البعد ككل الخاص بوجود قاعدة الدقة في التغطية مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة المتوسطة بالنسبة لقناة France24، وهذا ما جعل متوسط الحسابي للآراء الكلي يحقق قيمة 3.376 بانحراف معياري يقدر ب 0.837 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو ما يفسر وجود موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على البعد الخاص بوجود قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية لقناة France24.

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 6 "إسناد المعلومات إلى مصادرها." حيث حققت وزن نسبي موافق وهذا ما جعل متوسط للآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,63، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 30 فرد وفي موافق بشدة 8 فرد وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 0.920 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو ما يفسر أن هناك اتفاق بين أفراد العينة على أهمية هذه العبارة، والتي تدل على وجود تغطية دقيقة انطلاقاً من إرفاق كل معلومة في الخبر بمصدرها.

✓ أمّا فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 2 "اعتماد المعلومات الناقصة" بمتوسط حسابي قدر ب 3.15، أمّا تكرارات العبارة فقد حققت على الترتيب موافق 19 فرد، وحققت موافق بشدة 5 وقد حققت الفقرة انحراف معياري قدر ب 1.022، ما يدل على التشتت الكبير في آراء العينة وهذا ما يفسر. وجود موافقة متوسطة بين أفراد العينة حول هذه العبارة، والاصل هو عدم اعتماد المعلومات الناقصة في التغطية الإخبارية، ولهذا لم تحتل المراتب الأولى.

✓ أمّا لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنرى أن مجال الموافقة كان أكبر المجالات في كل العبارات فيما عدا العبارة 1، وهذا يمكن تفسيره بأن هناك اتفاق بين أفراد العينة على البعد الخاص بقاعدة الدقة في التغطية الإخبارية، وان العبارة (تجنب المحتوى غير الصحيح)، لم تحظى بموافقة أغلب أفراد العينة.

✓ كما نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين آراء العينة فيما البعد ككل الخاص بوجود قاعدة الدقة في التغطية مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة بالنسبة لقناة BBC، وهذا ما جعل متوسط الحسابي للآراء الكلي يحقق قيمة 3.454 بانحراف معياري يقدر ب 0.836 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو ما يفسر. وجود موافقة بين أفراد العينة حول وجود قاعدة الدقة في قناة BBC.

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 7 "الدقة في إثبات المصادر والأرقام والإحصائيات." حيث حققت وزن نسبي موافق وهذا ما جعل متوسط للآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,62، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 21 فرد وفي موافق بشدة 11 فرد وقد حققت

انحراف معياري يقدر ب 0.922 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو ما يفسر وجود موافقة بين أفراد العينة على أهمية هذه العبارة في وجود قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية..

✓ أما فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 2 " اعتماد المعلومات الناقصة " بمتوسط حسابي قدر ب 3.18، أما تكرارات العبارة فقد حققت على الترتيب موافق 20 فرد، وحققت موافق بشدة 4 وقد حقق الفقرة انحراف معياري قدر ب 0.983، ما يدل على التشتت النسبي في آراء العينة وهذا ما يفسر وجود مجال موافقة متوسطة من طرف العينة، مما جعلها لا تحتل المراتب الأولى بين عبارات قاعدة الدقة

✓ أما لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنلاحظ أن مجال الموافقة كان أكبر في أغلب العبارات وهذا يمكن تفسيره بوجود اتفاق بين أفراد العينة على البعد الخاص بقاعدة الدقة في التغطية الإخبارية في قناة BBC

2.2. وصف البعد الأول (2): وجود قاعدة (الدقة في المعلومة) في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية (محل الدراسة)

نبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص فقرات البعد من خلال الجدول التالي:

الفصل السادس: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.....الإطار التطبيقي

جدول رقم (65): وصف الإجابات حول البعد الأول (2): وجود قاعدة (الدقة في المعلومة) في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية (محل الدراسة)

قنوات BBC									قنوات France24									تكرار	عبارات المقياس
مستوى القياس									مستوى القياس										
الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	م ش	م	محايد	غ م	غ م ش	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	م ش	م	محايد	غ م	غ م ش	%		
موافق	,8650	3,62	60	8	27	20	4	1	موافقة متوسطة	0,976	3,38	6	24	19	9	2	ت	ع1	
			100	13,3	45	33,3	6,7	1,7				10	40	31,7	15	3,3	%		
موافقة	,8270	3,60	60	8	24	25	2	1	موافقة متوسطة	0,892	3,18	1	24	23	9	3	ت	ع2	
			100	13,3	40	41,7	3,3	1,7				1,7	40	38,3	15	5	%		
موافق	,9440	3,42	60	7	21	24	6	2	موافقة متوسطة	1,042	3	3	17	23	11	6	ت	ع3	
			100	11,7	35	40	10	3,3				5	28,3	38,3	18,3	10	%		
موافق متوسطة	,9300	3,32	60	4	23	24	6	3	موافقة متوسطة	0,935	3,20	3	21	24	9	3	ت	ع4	
			100	6,7	38,3	40	10	5				5	35	40	15	5	%		
موافق	0,692	3,48	البعد الأول (2): وجود قاعدة (الدقة في المعلومة) في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)						موافقة متوسطة	,6730	3,19	البعد الأول (2): وجود قاعدة (الدقة في المعلومة) في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)							

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

✓ بين الجدول أعلاه آراء العينة المدروسة، حيث نلاحظ أن البعد ككل الخاص بوجود قاعدة دقة في المعلومة في التغطية مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة المتوسطة بالنسبة لقناة France24، وهذا ما جعل متوسط الحسابي الآراء الكلي يحقق قيمة 3,19 بانحراف معياري يقدر ب 0,673 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو يفسر أن هناك موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على البعد الخاص بوجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية لقناة France24.

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 1 " انتقاء المعلومة من المصدر الأساسي" حيث حققت وزن نسبي موافقة متوسطة وهذا ما جعل متوسط الآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,38، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 24 فرد وفي موافق بشدة 6 أفراد وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 0,976 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو يفسر وجود موافقة متوسطة من طرف العينة، مما جعلها تحتل المرتبة الأولى بين عبارات قاعدة الدقة المعلومة، وهذا يدل على أهمية عبارة " انتقاء المعلومة من المصدر الأساسي" في البعد الخاص بوجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية في القنوات محل الدراسة .

أمّا فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 3 " عدم خلط المعلومة بالتكهنات والتحليلات الذاتية." بمتوسط حسابي قدر ب 3، أمّا تكرارات العبارة فقد حققت على الترتيب موافق 17 فرد، وحققت موافق بشدة 3 وقد حقق الفقرة انحراف معياري قدر ب 1,042، ما يدل على التشتت الكبير في آراء العينة، وهذا ما يفسر وجود موافقة متوسطة من طرف العينة على ما جاء في هذه العبارة حيث حققت المرتبة الأخيرة في ترتيب العبارات في البعد الخاص بوجود قاعدة دقة المعلومة.

أمّا لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنلاحظ أن مجال الموافقة كان أكبر المجالات في كل العبارات فيما عدا العبارة 4 و3، وهذا يمكن تفسيره بوجود اتفاق بين أفراد العينة على البعد الخاص بقاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية في قناة France24، ماعدا هاتين العبارتين.

✓ كما نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين آراء العينة فيما البعد ككل الخاص بوجود قاعدة دقة في المعلومة في التغطية مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة بالنسبة لقناة BBC، وهذا ما جعل متوسط الحسابي للآراء الكلي يحقق قيمة 3.45 بانحراف معياري يقدر ب 0,692 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو يفسر أن هناك موافقة من طرف أفراد العينة على البعد الخاص بوجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية لقناة BBC.

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 1 " انتقاء المعلومة من المصدر الأساسي" حيث حققت وزن نسبي موافق وهذا ما جعل متوسط الآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,62، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 27 فرد وفي موافق ب شدة 8 أفراد وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 0,865 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو ما يفسران هناك اتفاق بين أفراد العينة على أهمية هذه العبارة حيث حققت المرتبة الأولى في ترتيب العبارات، ويمكن القول أن أهم مؤشرات الالتزام المهني هو اللجوء للمصادر الحقيقية للأخبار مع الأخذ بعين الاعتبار القاعدة الصحفية الشائعة التي تقول "إن قول مصدر ما يحتاج إلى تأكيد من مصدر آخر".

✓ أمّا فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 2 "التأكد من مصدر البيان قبل بثه" بمتوسط حسابي قدر ب 3,32، أمّا تكرارات العبارة فقد حققت على الترتيب موافق 23 فرد، وحققت موافق بشدة 4 وقد حقق الفقرة انحراف معياري قدر ب 0,930، ما يدل على التشتت النسبي في آراء العينة وهذا ما يفسر أن هناك موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على ما جاء في العبارة رقم 2.

✓ أمّا لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنلاحظ أن مجال الموافقة كان أكبر في أغلب العبارات ويمكن تفسيره بموافقة أفراد العينة على البعد الخاص بقاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية لقناة BBC، وأن دقة المعلومة تستلزم اللجوء إلى المصادر الحقيقية لأخبار مع الأخذ بالاعتبار مدى دقة وصحة المعلومات، فإذا كانت المعلومات عبارة عن حقائق أو بيانات إحصائية فيجب التأكد منها بالاستعانة بأكثر من مصدر، والتأكد من وجود ما يثبت صحة المعلومات الموجودة بالمصدر.

3.2 وصف البعد الأول (3): وجود قاعدة (الدقة في الصورة) في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

نبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص فقرات البعد من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (66): وصف الإجابات حول وجود قاعدة (الدقة في الصورة) في التغطية الإخبارية (محل الدراسة).

عبارات المقياس	تكرار %	قناة France24						قناة BBC		
		مستوى القياس						مستوى القياس		
		غ م ش	غ م	محايد	م	م ش	المج	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
ع1	ت	2	6	19	27	6	2	3,68	0,930	موافق
	%	3,3	10,0	31,7	45	10	3,3	46,7		
ع2	ت	2	4	17	31	4	4	3,30	0,979	موافقة متوسطة
	%	3,3	6,7	28,3	51,7	5	6,7	31,7		
ع3	ت	4	3	33	16	4	4	3,22	0,904	موافقة متوسطة
	%	6,7	5	55	26,7	6,7	6,7	55		
ع4	ت	4	12	19	20	4	4	3,50	0,948	موافق
	%	6,7	20	31,7	33,3	10	6,7	40		
ع5	ت	2	8	24	23	2	2	3,55	0,852	موافق
	%	3,3	13,3	40	38,3	10	3,3	38,3		
ع6	ت	2	4	25	26	2	2	3,42	0,850	موافق

الفصل السادس: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.....الإطار التطبيقي

			100	10	31,7	51,7	3,3	3,3				6,7	43,3	41,7	5	3,3	%	
موافق	696 ،0	3,44	البعد الأول (3): وجود قاعدة (الدقة في الصورة) في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)						موافق	0,671	3,43	البعد الأول (3): وجود قاعدة(الدقة في الصورة) في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)						

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

✓ نلاحظ الجدول أعلاه آراء العينة المدروسة، حيث نلاحظ أن البعد ككل الخاص بوجود قاعدة الدقة في الصورة في التغطية مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة بالنسبة لقناة France24، وهذا ما جعل متوسط الحسابي الآراء الكلي يحقق قيمة 3,43 بانحراف معياري يقدر ب 0,671 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو ما يفسر ان هناك موافقة من طرف أفراد العينة على البعد الخاص بوجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية لقناة France24.

✓ أما فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 5 "الحرص على الصوت الطبيعي". حيث حققت وزن نسبي موافق وهذا ما جعل متوسط الآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,53، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 23 فرد وفي موافق بشدة 8 وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 0,911 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو ما يفسر أن هناك اتفاق بين أفراد العينة على أهمية هذه العبارة بالنسبة لقاعدة دقة الصورة، ولهذا أخذت المرتبة الأولى، ومنه فإن الصوت الطبيعي المصاحب للصور يجعلها أقرب إلى الحياة الطبيعية، ويجعل من السهل على المشاهد ان يعايش الحدث ويصدق.

✓ أما فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 3 "إقحام المؤثرات الصوتية والبصرية لغرض فني فقط". بمتوسط حسابي قدر ب 3,17، أما تكرارات العبارة فقد حققت على الترتيب موافق 16 فرد، وحققت موافق بشدة 3 وقد حقق الفقرة انحراف معياري قدر ب 0,886، ما يدل على التشتت النسبي في آراء العينة وهذا ما يفسر وجود موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على العبارة 3.

أما لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنلاحظ أن مجال الموافقة كان أكبر المجالات في كل العبارات فيما عدا العبارة 3، ويمكن تفسيره باتفاق أفراد العينة على البعد الخاص بقاعدة الدقة في الصورة. في قناة France24، ويبدو ان القناة تحقق دقة الصورة لأن لها أهمية قد تفوق أهمية النص من خلال اختيار الصورة المعبرة عن الخبر واستعمال لقطات مختلفة للتعبير عن الحدث فاللقطات القريبة لها أهميتها في إبراز المشاعر واللقطات الواسعة تؤسس للمشاهد، والحرص على الصوت الطبيعي المصاحب للصورة الذي قد يكون في درجة أهمية الصورة نفسها لأن المشاهد يتأثر أولا وآخر بالصورة.

✓ نلاحظ من الجدول أعلاه آراء العينة المدروسة، حيث نلاحظ أن البعد ككل الخاص بوجود قاعدة الدقة في الصورة في التغطية مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة بالنسبة لقناة BBC، وهذا ما جعل متوسط الحسابي للآراء الكلي يحقق قيمة 3.44 بانحراف معياري يقدر ب 0,696، ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو يفسر أن هناك اتفاق من طرف أفراد العينة على البعد الخاص بوجود قاعدة دقة الصورة في التغطية لقناة BBC.

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 1 " تختار الصورة المعبرة عن الخبر." حيث حققت وزن نسبي موافق وهذا ما جعل متوسط الآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,68، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 28 فرد وفي موافق بشدة 10 أفراد وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 0,930 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو ما يفسر ان هناك اتفاق بين أفراد العينة على أهمية هذه العبارة بالنسبة لقاعدة دقة الصورة، ولهذا أخذت المرتبة الأولى.

✓ أمّا فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 3 " إقحام المؤثرات الصوتية والبصرية لغرض فني فقط." بمتوسط حسابي قدر ب 3,22، أمّا تكرارات العبارة فقد حققت على الترتيب موافق 16 فرد، وحققت موافق بشدة 4 وقد حقق الفقرة انحراف معياري قدر ب 0,904، ما يدل على التشتت النسبي في آراء العينة وهذا ما يفسر وجود مجال موافقة متوسطة. من طرف أفراد العينة على ما جاء في العبارة 3.

✓ أمّا لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنلاحظ أن مجال الموافقة كان أكبر في أغلب العبارات فيما عدا العبارة 3، وهذا يمكن تفسيره بوجود اتفاق من طرف العينة على أغلب عبارات البعد الخاص بقاعدة دقة الصورة في قناة BBC الا العبارة رقم 3 ولهذا أخذت المرتبة الأخيرة.

4.2 وصف فقرات البعد الأول (4): وجود قاعدة (الدقة في اللغة) في النشرات الإخبارية (محل الدراسة).

نبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص فقرات البعد من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (67): وصف الإجابات حول وجود قاعدة (الدقة في اللغة) في التغطية الإخبارية (محل الدراسة).

قنوات BBC									قنوات France24								تكرار	عبارات
مستوى القياس									مستوى القياس									
الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	م ش	م	محايد	غ م	غ م ش	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	م ش	م	محايد	غ م	غ م ش	%	المقياس
موافقة	0,906	3,40	60	3	28	23	2	4	موافقة متوسطة	0,981	3,23	2	27	18	9	4	ت	ع1
			100	5	46,7	38,3	3,3	6,7				3,3	45	30	15	6,7	%	
موافقة	0,911	3,47	60	3	32	19	2	4	موافقة متوسطة	0,958	3,28	1	31	16	8	4	ت	ع2
			100	5	53,3	31,7	3,3	6,7				1,7	51,7	26,7	13,3	6,7	%	
موافقة	0,965	3,52	60	7	26	22	1	4	موافقة متوسطة	1,015	3,23	4	22	23	6	5	ت	ع3
			100	11,7	43,3	36,7	1,7	6,7				6,7	36,7	38,3	10	8,3	%	
موافقة متوسطة	1,056	3,27	60	5	23	20	7	5	موافقة متوسطة	0,947	2,87	/	17	24	13	6	ت	ع4
			100	8,3	38,3	33,3	11,7	8,3				/	28,3	40	21,7	10	%	
موافقة متوسطة	0,792	3,32	60	3	20	32	3	2	موافقة متوسطة	0,800	3,07	/	18	31	8	3	ت	ع5
			100	5	33,3	53,3	5	3,3				/	30	51,7	13,3	5	%	
موافقة متوسطة	0,927	3,23	60	6	12	36	2	4	موافقة متوسطة	0,982	3,05	4	14	27	11	4	ت	ع6
			100	10	20	60	3,3	6,7				6,7	23,3	45	18,3	6,7	%	

الفصل السادس: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.....الإطار التطبيقي

البعد الأول (4): وجود قاعدة الدقة في اللغة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	موافقة متوسطة	3,12	0,620	البعد الأول (4): وجود قاعدة الدقة في اللغة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)	موافقة متوسطة	3,3667	0,645
البعد الأول: وجود قاعدة الدقة الشاملة في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة باللغة العربية				موافقة متوسطة	3,36	0,560	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

✓ لاحظ أن البعد ككل الخاص بوجود قاعدة دقة في اللغة في التغطية الإخبارية للقنوات محل الدراسة مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة المتوسطة بالنسبة لقناة France24، وهذا ما جعل متوسط الحسابي الآراء الكلي يحقق قيمة 3.12 بانحراف معياري يقدر ب 0,620 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو ما يفسر أن هناك موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على البعد الخاص بوجود قاعدة دقة اللغة في التغطية الإخبارية لقناة France24،

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 2 "توخي الدقة في الترجمة." حيث حققت وزن نسبي موافق وهذا ما جعل متوسط الآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,28، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 31 فرد وفي موافق بشدة فرد واحد، وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 0,958 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو ما يفسر أن هناك موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على أهمية هذه العبارة بالنسبة لقاعدة دقة اللغة، ولهذا أخذت المرتبة الأولى، إن الدقة في الترجمة تتطلب أن تنقل التراجم الإعلامية المتعلقة بالأخبار بكل دقة ودون إضافات، ومن المهم أن يتحرى المترجم الإعلامي صحة الأخبار ومتابعة أكثر من مصدر، ويرى الأستاذ الترجمة فواز يحي المالكى أن الترجمة الصحفية هي "عملية نقل الرسالة ما خبرا كان أو معلومة من لغة إلى لغة أخرى عبر وسيلة إعلامية تشمل المواطن البسيط والمثقف والسلطة".⁽¹⁾ ذلك فالصحافة تعتمد أسلوبا لغويا خاصا يحاطب الجميع إلا أنها تتحرى الصدق والتدقيق والدقة، والنقل حسب طبيعة المادة الإخبارية.

أمّا فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 4 "تجنب الكلمات الفضفاضة." تترجم المقطع الصوتي كاملا وبدقة. "بمتوسط حسابي قدر ب 2,87، أمّا تكرارات العبارة فقد حققت على الترتيب موافق 17 فرد، وحققت وقد حقق الفقرة انحراف معياري قدر ب 0,947، ما يدل على التشتت في آراء العينة وهذا ما يفسر أن هناك مجال موافقة متوسطة من طرف العينة على ما جاء في العبارة 4.

أمّا لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنلاحظ أن مجال الموافقة كان أكبر المجالات في كل العبارات فيما عدا العبارتين 4 و6، ولهذا فإن العبارتين قد أخذتا المراتب الأخيرة في ترتيب العبارات.

✓ كما نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين آراء العينة فيما البعد ككل الخاص بوجود قاعدة دقة في اللغة في التغطية الإخبارية للقنوات محل الدراسة مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة متوسطة بالنسبة لقناة BBC، وهذا ما جعل متوسط الحسابي للآراء الكلي يحقق قيمة 3,3667 بانحراف معياري يقدر ب 0,645 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو ما يفسر أن هناك موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على البعد الخاص بوجود قاعدة دقة اللغة في التغطية الإخبارية.

(1) -سلام برجاق، الترجمة الصحفية، الجزيرة نت aljazeera.net، 27 ديسمبر 2021، تاريخ الدخول، 10 نوفمبر، 2023.

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 3 " ترجم المقطع الصوتي كاملاً وبدقة" حيث حققت وزن نسبي موافق وهذا ما جعل متوسط الآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,52، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 26 فرد وفي موافق بشدة 7 فرد وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 0,965 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو ما يفسر ان هناك موافقة بين أفراد العينة على أهمية هذه العبارة بالنسبة لقاعدة دقة اللغة، ولهذا أخذت المرتبة الأولى.

✓ أمّا فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 6 " تجنب النعت ما أمكن." بمتوسط حسابي قدر ب 3,23، أمّا تكرارات العبارة فقد حققت على الترتيب موافق 12 فرد، وحققت موافق بشدة 6 وقد حققت الفقرة انحراف معياري قدر ب 0,927، ما يدل على التشتت النسبي في آراء العينة وهذا ما يفسر ان هناك مجال موافقة متوسطة من طرف العينة على ما جاء في العبارة 6.

✓ أمّا لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنلاحظ أن مجال الموافقة كان أكبر في أغلب العبارات فيما عدا العبارة 6 ما يفسر وجود اتفاق بين أفراد العينة على البعد الخاص بقاعدة دقة اللغة، أمّا. العبارة. " تجنب النعت ما أمكن. أخذت أدنى تكرار موافقة أفراد العينة وأخذت المرتبة الأخيرة في ترتيب عبارات البعد الخاص بوجود قاعدة دقة اللغة في التغطية.

✓ أمّا فيما يتعلق البعد الأول: وجود قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية في نشرات القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية، فقد حيث حققت وزن نسبي موافقة متوسطة، وهذا ما جعل متوسط الآراء لكل الأبعاد يحقق نتيجة قدرها 3,36، وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 0,560 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي بين أفراد العينة على ما جاء في البعد ككل.

2. وصف البعد الثاني: وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية (محل الدراسة)

نبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص فقرات البعد من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (68): وصف الإجابات حول وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية (محل الدراسة).

قناة BBC									قناة France24									تكرار	عبارات المقياس
مستوى القياس									مستوى القياس										
الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	م ش	م	محايد	غ م	غ م ش	الوزن النسبي	الانحراف ف المعياري	المتوسط الحسابي	م ش	م	محايد	غ م	غ م ش	%		
موافقة متوسطة	1,027	3,38	60	6	26	16	9	3	موافقة متوسطة	0,958	3,12	/	28	14	15	3	ت	ع1	
			100	10	43,3	26,7	15	5				/	46,7	23,3	25	5	%		
موافق	0,928	3,45	60	4	32	12	11	1	موافقة متوسطة	1,049	3,13	3	24	15	14	4	ت	ع2	
			100	6,7	53,3	20	18,3	1,7				5	40	25	23,3	6,7	%		
موافقة متوسطة	1,071	3,15	60	2	28	12	13	5	موافقة متوسطة	1,133	2,73	1	18	16	14	11	ت	ع3	
			100	3,3	46,7	20	21,7	8,3				1,7	30	26,7	23,3	18,3	%		
موافقة متوسطة	0,886	2,83	60	/	12	33	8	7	موافقة متوسطة	1,223	2,88	3	21	13	12	11	ت	ع4	
			100	/	20	55	13,3	11,7				5	35	21,7	20	18,3	%		
موافقة متوسطة	0,976	3,28	60	4	23	23	6	4	موافقة متوسطة	1,032	3,05	/	26	18	9	7	ت	ع5	
			100	6,7	38,3	38,3	10	6,7				/	43,3	30	15	11,7	%		

الفصل السادس: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.....الإطار التطبيقي

موافقة متوسطة	0,963	3,23	60	2	26	20	8	4	موافقة متوسطة	1,127	2,87	2	18	20	10	10	ت	ع6
			100	3,3	43,3	33,3	13,3	6,7				3,3	30	33,3	16,7	16,7	%	
موافقة متوسطة	0,720	3,22	البعد الثاني: وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية محل الدراسة						موافقة متوسطة	0,794	2,96	البعد الثاني: وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية محل الدراسة						

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

✓ يبين الجدول أعلاه آراء العينة المدروسة، حيث نلاحظ أن البعد ككل الخاص بوجود التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية محل الدراسة مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة المتوسطة بالنسبة لقناة France24، وهذا ما جعل متوسط الحسابي الآراء الكلي يحقق قيمة 2,96 بانحراف معياري يقدر ب 0,794 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو ما يفسر. ان هناك موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على البعد الخاص بوجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية في قناة France24.

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 2 "التوازن في عرض المصادر." حيث حققت وزن نسبي موافق، وهذا ما جعل متوسط الآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,13، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 24 فرد وفي موافق بشدة 3 فرد وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 1,049 ما يدل على أن هناك تشتت كبير بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو ما يفسر. بوجود موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على ما جاء في العبارة رقم 2.

في هذا السياق أعرب الدكتور محمود علم الدين أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة عن اعتقاده الاستحالة في تحقيق الموضوعية بالاعتماد على التوازن وقال " ان ما نشاهده الآن أكبر دليل على ذلك، عبر ما تبثه قنوات تدعي المهنية والتوازن، لكنها في النهاية تستضيف ضيفا قويا يعبر عن وجهة نظرها، مقابل ضيف آخر أضعف للتعبير عن وجهة النظر المغايرة." (1)

✓ أمّا فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 3 "التوازن في إعطاء مساحات متساوية لمختلف الأطراف ذات الصلة" بمتوسط حسابي قدر ب 2,73، أمّا تكرارات العبارة فقد حققت على الترتيب موافق 18 فرد وفي موافق بشدة 1 فرد، وقد حققت الفقرة انحراف معياري قدر ب 1,133، ما يدل على التشتت كبير في آراء العينة، وهذا ما يفسر. وجود موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة. على ما جاء في العبارة رقم 3 مما جعلها تأخذ المرتبة الأخيرة.

✓ أمّا لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنلاحظ أن مجال الموافقة كان أكبر المجالات في كل العبارات فيما عدا العبارتين 3 و6، وهذا يمكن تفسيره بوجود اتفاق من طرف العينة على البعد الخاص بقاعدة التوازن في قناة France24، وأن العبارتين 3 و6 قد أخذتا أدنى تكرار موافقة من طرف أفراد العينة، ولهذا جاءتا في المرتبتين الأخيرتين.

(1) _فتحية الدخاخي، التوازن في اختيار المصادر معايير موضوعية ام وسيلة للضغط، صحيفة الشر ق الأوسط aavsat.com

30 يونيو 2019، تاريخ الدخول 10 نوفمبر 2023.

✓ كما نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين آراء العينة فيما بعد ككل الخاص بوجود التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية محل الدراسة مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة موافقة متوسطة بالنسبة لقناة BBC، وهذا ما جعل متوسط الحسابي للآراء الكلي يحقق قيمة 3,22 بانحراف معياري يقدر ب 0,720 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو ما يفسر ان هناك موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على البعد الخاص بوجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية في قناة BBC.

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 2 " التوازن في عرض المصادر " حيث حققت وزن نسبي موافق وهذا ما جعل متوسط الآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,45، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 32 فرد وفي موافق بشدة 4 فرد وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 0,928 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو ما يفسر. ان هناك اتفاق من طرف أفراد العينة. على أهمية ما جاء في العبارة رقم 2.

✓ أمّا فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 4 " التوازن بين المصلحة العامة والمصلحة الخاصة." بمتوسط حسابي قدر ب 2,83، أمّا تكرارات العبارة فقد حققت على الترتيب موافق 12 فرد، وحققت وقد حققت الفقرة انحراف معياري قدر ب 0,886، ما يدل على التشتت النسبي في آراء العينة وهذا ما يفسر. ان هناك موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على ما جاء في العبارة رقم 4

✓ أمّا لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنلاحظ أن مجال الموافقة كان أكبر في أغلب العبارات فيما عدا العبارة 4، وهذا يمكن تفسيره بوجود اتفاق من طرف العينة على البعد الخاص بقاعدة التوازن في قناة BBC، وان العبارة 4 أخذت أدنى تكرار موافقة، ولهذا جاءت في المرتبة الأخيرة.

3. وصف البعد الثالث: وجود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة بالعربية (محل الدراسة)

نبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص فقرات البعد من خلال الجدول التالي:

وجود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة بالعربية (محل الدراسة).

قنوات BBC									قنوات France24				
مستوى القياس									مستوى القياس				
الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	م ش	م	محايد	غ م	غ م ش	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	م ش	م
موافقة	0,982	3,47	60	7	25	20	5	3	موافقة	1,010	3,22	4	22
			100	11,7	41,7	33,3	8,3	5	متوسطة			6,7	36,
موافق	0,928	3,55	60	7	29	15	8	1	موافق	0,887	3,40	3	30
			100	11,7	48,3	25	13,3	1,7				5	50
موافقة متوسطة	0,936	3,35	60	6	20	25	7	2	موافقة	0,873	3,18	1	24
			100	10	33,3	41,7	11,7	3,3	متوسطة			1,7	40
موافقة	0,928	3,45	60	8	20	24	7	1	موافقة	0,976	3,22	1	29
			100	13,3	33,3	40	11,7	1,7	متوسطة			1,7	48,
موافقة	0,834	3,50	60	4	30	19	6	1	موافق	0,770	3,48	3	29
			100	6,7	50	31,7	10	1,7				5	48,
موافقة	0,725	3,46	البعد الثالث: وجود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية محل الدراسة						موافقة متوسطة	0,702	3,30	ة الإخبارية	

صدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

✓ يبين الجدول أعلاه آراء العينة المدروسة، حيث نلاحظ أن البعد ككل الخاص بورود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية محل الدراسة مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة المتوسطة بالنسبة لقناة France24، وهذا ما جعل متوسط الحسابي الآراء الكلي يحقق قيمة 3,30 بانحراف معياري يقدر ب 0,702 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو ما يفسر وجود موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على البعد الخاص بوجود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية لقناة France24،

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 5 " استخدام الخلفيات لغرض التعريف واستكمال المادة الإخبارية.." حيث حققت وزن نسبي موافق وهذا ما جعل متوسط الآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,48، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 29 فرد وفي موافق بشدة 3 فرد وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 0,770 ما يدل على أن هناك تشتت كبير بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو ما يفسر وجود موافقة من طرف أفراد العينة على ما جاء في العبارة رقم 5.

✓ أمّا فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 3 " الإلمام بكل عناصر الموضوع.." بمتوسط حسابي قدر ب 2,73، أمّا تكرارات العبارة فقد حققت على الترتيب موافق 24 فرد وفي موافق بشدة 1 فرد، وحققت وقد حقق الفقرة انحراف معياري قدر ب 0,873، ما يدل على التشتت كبير في آراء العينة وهذا ما يفسر. وهو ما يفسر موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على ما جاء في العبارة رقم 3.

✓ أمّا لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنلاحظ أن مجال الموافقة كان أكبر المجالات في كل العبارات وهذا يمكن تفسيره بوجود اتفاق من طرف أفراد العينة على البعد الخاص بقاعدة الشمولية والتكامل في قناة France24.

✓ كما نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين آراء العينة فيما البعد ككل الخاص بورود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية محل الدراسة مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة موافقة بالنسبة لقناة BBC، وهذا ما جعل متوسط الحسابي للآراء الكلي يحقق قيمة 3,46 انحراف معياري يقدر ب 0,725 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو ما يفسر ان هناك اتفاق من طرف أفراد العينة على البعد الخاص بوجود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية لقناة BBC.

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 2 " الإجابة عن الشقيقات (من؟، ماذا؟، أين؟، من؟، وكيف؟، لماذا؟) " حيث حققت وزن نسبي موافق، وهذا ما جعل متوسط الآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,55، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 29 فردا وفي موافق بشدة 7 أفراد وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 0,928 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي بين العينة على ما جاء في الفقرة،

وهو ما يفسر أن هناك اتفاق على أهمية العبارة (الإجابة عن الشقيقات. (من؟، ماذا؟، أين؟، من؟، وكيف؟، لماذا؟). في البعد الخاص بقاعدة الشمولية والتكامل، ويمكن القول ان المعلومات التي تعطيها الأسئلة أو الأجوبة الستة يمكن ان تكفي لتكوين قصة خبرية مجردة تكفي بحاجات خط الصدور، لكن المحرر النشط يستطيع أن يثري القصة بخلفية تطورها، وقد لا تكون الخلفيات الإخبارية أو الماضي الإخباري جزءا مباشرة من الأسئلة الستة لكنها بالقطع لا يمكن الاستغناء عنها ولا سيما في الأخبار السياسية، مع أن الإجابة عن هذه الأسئلة لا تكفي لتكوين قصة بالمعنى الفني، بل تقوي -مع بعض الإضافات - فكرة تكوين قصة بالمعنى الصحفي.

✓ أما فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 3 "الالمام بكل عناصر الموضوع." بمتوسط حسابي قدر ب 3,35، أما تكرارات العبارة فقد حققت على الترتيب موافق 20 فرد، وحققت وفي موافق بشدة 6 فرد وقد حققت الفقرة انحراف معياري قدر ب 0,936، ما يدل على التشتت النسبي في آراء العينة وهذا ما يفسر وجود موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على ما جاء في العبارة 3،

✓ أما لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنلاحظ أن مجال الموافقة كان أكبر في كل العبارات. وهذا يمكن وهذا يمكن تفسيره بوجود اتفاق من طرف أفراد العينة على البعد الخاص بقاعدة الشمولية والتكامل في قناة .BBC

4. وصف البعد الرابع: وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

نبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص فقرات البعد من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (70): وصف الإجابات حول وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية (محل الدراسة).

قنوات BBC									قنوات France24									تكرار	عبارات المقياس
مستوى القياس									مستوى القياس										
الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	م ش	م	محايد	غ م	غ م ش	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	م ش	م	محايد	غ م	غ م ش	%		
موافق	0,791	3,47	60	1	34	19	4	2	موافق	0,981	3,43	6	26	19	6	3	ت	ع1	
			100	1,7	56,7	31,7	6,7	3,3				10	43,3	31,7	10	5	%		
موافق	0,825	3,22	60	1	23	26	8	2	موافقة متوسطة	0,956	3,03	2	18	24	12	4	ت	ع2	
			100	1,7	38,3	43,3	13,3	3,3				3,3	30	40	20	6,7	%		
موافق	0,833	3,46	60	2	33	18	5	2	موافق	0,787	3,42	1	32	19	7	1	ت	ع3	
			100	3,3	55	30	8,3	3,3				1,7	53,3	31,7	11,7	1,7	%		
موافقة متوسطة	1,044	3,17	60	5	19	21	11	4	موافقة متوسطة	0,899	3,07	/	23	21	13	3	ت	ع4	
			100	8,3	31,7	35	18,3	6,7				/	38,3	35	21,7	5	%		
موافقة متوسطة	0,840	3,18	60	/	25	24	8	3	موافق	0,848	3,40	5	22	26	6	1	ت	ع5	
			100	/	41,7	40	13,3	5,0				8,3	36,7	43,3	10	1,7	%		
موافقة	1,010	3,22	60	6	17	24	10	3	موافقة	0,781	3	/	17	27	15	1	ت	ع6	

الفصل السادس: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.....الإطار التطبيقي

متوسطة			100	10	28,3	40	16,7	5	متوسطة			/	28,3	45	25	1,7	%	
موافقة	0,922	3,28	60	4	21	26	6	3	موافقة	0,840	3,35	4	22	26	7	1	ت	ع7
متوسطة			100	6,7	35	43,3	10	5	متوسطة			6,7	36,7	43,3	11,7	1,7	%	
موافقة	0,692	3,28	البعد الرابع: وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للفتوات (محل الدراسة).						موافقة	0,550	3,24	البعد الرابع: وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للفتوات (محل الدراسة).						
متوسطة									متوسطة									

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

✓ يبين الجدول أعلاه آراء العينة المدروسة، حيث نلاحظ أن البعد ككل الخاص بورود قاعدة الوضوح في النشرات الإخبارية للقنوات الإخبارية محل الدراسة مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة المتوسطة بالنسبة لقناة France24، وهذا ما جعل متوسط الحسابي الآراء الكلي يحقق قيمة 3,24 بانحراف معياري يقدر ب 0,550 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو ما يفسر بوجود موافقة متوسطة على البعد الخاص بوجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية في قناة France24.

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 1 "المحتوى محدد وواضح في ذكر الحقائق والأحداث والأشخاص." حيث حققت وزن نسبي موافق وهذا ما جعل متوسط الآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,43، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 26 فرد وفي موافق بشدة 6 فرد وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 0,981 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو ما يفسر. بوجود اتفاق بين أفراد العينة على أهمية ما جاء في العبارة رقم 1.

✓ أمّا فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 6 "يشير المحتوى إلى كيفية الحصول على المعلومة حتى وإن تحفظ على ذكر المصدر." بمتوسط حسابي قدر ب 3، أمّا تكرارات العبارة فقد حققت على الترتيب موافق 17 فرد، وقد حققت الفقرة انحراف معياري قدر ب 0,873، ما يدل على التشتت نسبي في آراء العينة وهذا ما يفسر بوجود موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على ما جاء في العبارة 6.

✓ ان قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية تؤكد على ضرورة قيام الصحفيين بإسناد المعلومات المنشورة إلى مصادرها على أساس ان الصحافة هي جمع ونشر المعلومات وأخبار الجمهور بالحقائق، ويعد اسناد المعلومات إلى مصادر معلومة وسيلة مهمة من وسائل التأكد من صدق وصحة الأخبار ودقة المعلومات الواردة فيها، فعندما يصرح باسم مصدر المعلومة يكون من السهل التأكد من صحتها من مصادر أخرى مستقلة كما يمكن اكتشاف الأخطاء وتصحيحها وإذا اضطر الصحفي إلى عدم كشف المصدر فيجب ذكر سبب التجهيل في صلب الخبر.

✓ أمّا لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنلاحظ أن مجال الموافقة كان أكبر المجالات في كل العبارات وهذا يمكن تفسيره بوجود اتفاق من طرف أفراد العينة على عبارات البعد ككل

✓ كما نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين آراء العينة فيما البعد ككل الخاص بورود قاعدة الوضوح في النشرات الإخبارية للقنوات الإخبارية محل الدراسة مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة بموافقة متوسطة بالنسبة لقناة BBC، وهذا ما جعل متوسط الحسابي للآراء الكلي يحقق قيمة 3,28 بانحراف معياري يقدر ب 0,692 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو ما يفسر. بوجود

موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على البعد الخاص بوجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية لقناة BBC.

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 2 " الإشارة بوضوح إلى المعلومات التي لم تتحقق منها القناة." حيث حققت وزن نسبي موافق وهذا ما جعل متوسط الآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,47، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 34 فرد وفي موافق بشدة 1 فرد، وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 0,791 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو ما يفسر بوجود موافقة من طرف أفراد العينة على أهمية ما جاء في عبارة 2.

✓ أمّا فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 4 " الابتعاد عن المفاهيم والعبارات التي تحتمل تفسيرات متعددة." بمتوسط حسابي قدر ب 3,17، أمّا تكرارات العبارة فقد حققت على الترتيب موافق 19 فرد، وحققت وفي موافق ب شدة 5 فرد، وقد حققت الفقرة انحراف معياري قدر ب 1,044، ما يدل على التشتت الكبير في آراء العينة، وهو ما يفسر وجود موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على ما جاء في العبارة رقم 4.

✓ أمّا لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنلاحظ أن مجال الموافقة كان أكبر في كل العبارات. وهذا يمكن تفسيره بوجود اتفاق من طرف أفراد العينة على عبارات البعد ككل

5. وصف البعد الخامس: وجود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية (محل الدراسة).

نبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص فقرات البعد من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (71): وصف الإجابات حول وجود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية (محل الدراسة)

قنوات BBC									قنوات France24									تكرار	عبارات المقياس
مستوى القياس									مستوى القياس										
الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	م ش	م	محايد	غ م	غ م ش	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	م ش	م	محايد	غ م	غ م ش	%		
موافقة متوسطة	1,025	3,37	60	9	16	26	6	3	موافقة متوسطة	0,968	3,33	5	23	22	7	3	ت	ع1	
			100	15	26,7	43,3	10	5				8,3	38,3	36,7	11,7	5	%		
موافقة متوسطة	1,049	3,13	60	8	9	30	9	4	موافقة متوسطة	0,950	3,25	2	26	21	7	4	ت	ع2	
			100	13,3	15	50	15	6,7				3,3	43,3	35	11,7	6,7	%		
موافق	1,028	3,40	60	8	21	21	7	3	موافقة متوسطة	0,914	4,32	2	25	22	8	3	ت	ع3	
			100	13,3	35	35	11,7	5				3,3	41,7	36,7	13,3	5	%		
موافقة متوسطة	1,048	3,05	60	6	13	22	16	3	موافقة متوسطة	0,972	3,27	4	23	21	9	3	ت	ع4	
			100	10	21,7	36,7	26,7	5				6,7	38,3	35	15	5	%		
موافقة	1,048	2,95	60	5	12	22	17	4	موافقة	0,956	3,37	7	20	22	10	1	ت	ع5	

الفصل السادس: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.....الإطار التطبيقي

متوسطة			100	8,3	20	36,7	28,3	6,7	متوسطة			11,7	33,3	36,7	16,7	1,7	%	
موافقة متوسطة	,845	3,18	البعد الخامس: وجود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).						موافقة متوسطة	0,727	3,29	البعد الخامس: وجود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة).						

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

✓ يبين الجدول أعلاه آراء العينة المدروسة، حيث نلاحظ أن البعد ككل الخاص ورود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في النشرات الإخبارية للقنوات الإخبارية محل الدراسة. مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة المتوسطة بالنسبة لقناة France24، وهذا ما جعل متوسط الحسابي الآراء الكلي يحقق قيمة 3,24 بانحراف معياري يقدر ب 0,550 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو ما يفسر وجود موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على البعد الخاص بوجود قاعدة الحياد وعدم التحيز في التغطية الإخبارية لقناة France24.

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 5 "عدم توافق العنوان مع النص". حيث حققت وزن نسبي موافق بدجة متوسطة وهذا ما جعل متوسط الآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3.37 حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 20 فرد وفي موافق بشدة 7 فرد وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 0,956 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو ما يفسر بوجود موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على أهمية ما جاء في العبارة رقم 5.

✓ أمّا فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 3 "استخدام عناصر الأبرار بتحيز". بمتوسط حسابي قدر ب 3,24، أمّا تكرارات العبارة فقد حققت أعلى الترتيب في لموافق 25 فرد، وقد حققت الفقرة انحراف معياري قدر ب 0,914، ما يدل على التشتت نسبي في آراء العينة وهذا ما يفسر. بوجود موافقة متوسطة بين أفراد العينة على ما جاء في العبارة رقم 3.

✓ أمّا لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنلاحظ أن مجال الموافقة كان أكبر المجالات في كل العبارات وهذا يمكن تفسيره بوجود اتفاق بين أفراد العينة على عبارات البعد ككل.

✓ كما نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين آراء العينة فيما البعد ككل الخاص ورود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في النشرات الإخبارية للقنوات الإخبارية محل الدراسة. مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة موافقة متوسطة بالنسبة لقناة BBC، وهذا ما جعل متوسط الحسابي للآراء الكلي يحقق قيمة 3,18 بانحراف معياري يقدر ب 0,845 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو ما يفسر بوجود موافقة متوسطة بين أفراد العينة على البعد الخاص بوجود قاعدة الحياد وعدم التحيز في التغطية الإخبارية لقناة BBC.

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 3 "استخدام عناصر الإبراز يتخير". حيث حققت وزن نسبي موافق وهذا ما جعل متوسط الآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,40، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 34 فرد وفي موافق بشدة 1 فرد وقد حققت انحراف معياري يقدر

ب.1028 ما يدل على أن هناك تشتت بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو ما يفسر. بوجود موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على ما جاء في العبارة رقم 1.

✓ أما فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 5 "عدم توافق العنوان مع النص." بمتوسط حسابي قدر ب 3.05، أما تكرارات العبارة فقد حققت على الترتيب في المحايد 22 فرد، وحققت الفقرة انحراف معياري قدر ب 1,048، ما يدل على التشتت في آراء العينة، وهذا ما يفسر بوجود موافقة متوسطة بين أفراد العينة على ما جاء في العبارة رقم 5.

✓ أما لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنلاحظ أن مجال المحايد حقق أعلى التكرارات في هذا العنصر وهذا يمكن تفسيره بوجود اتفاق بمجال (محايد) بين أفراد العينة على عبارات البعد ككل.

6. وصف البعد السادس: وجود قاعدة الإنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية (محل الدراسة)

نبدأ الآن بالتعرف على إجابات عينة الدراسة فيما يخص فقرات البعد من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (72): وصف الإجابات حول وجود قاعدة (الإنصاف والنزاهة) في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية (محل الدراسة)

قنوات BBC									قنوات France24									تكرار	عبارات
مستوى القياس									مستوى القياس										
الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	م ش	م	محايد	غ م	غ م ش	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	م ش	م	محايد	غ م	غ م ش	نسبة		
موافقة متوسطة	1,008	3,37	60	4	28	19	4	5	موافقة متوسطة	1,075	3,22	6	20	19	11	4	ت	ع1	
			100	6,7	46,7	31,7	6,7	8,3				10	33,3	31,7	18,3	6,7	%		
موافقة متوسطة	0,942	3,17	60	/	27	21	7	5	موافقة متوسطة	1,016	3,13	2	24	19	10	5	ت	ع2	
			100	/	45	35	11,7	8,3				3,3	40	31,7	16,7	8,3	%		
موافقة متوسطة	0,976	3,12	60	1	23	24	6	6	موافقة متوسطة	1,033	2,87	1	18	20	14	7	ت	ع3	
			100	1,7	38,3	40	10	10				1,7	30	33,3	23,3	11,7	%		
موافقة متوسطة	0,891	3,05	60	/	21	25	10	4	موافقة متوسطة	1,020	2,90	1	18	22	12	7	ت	ع4	
			100	/	35	41,7	16,7	6,7				1,7	30	36,7	20	11,7	%		
موافق	0,945	3,43	60	4	29	20	3	4	موافقة متوسطة	1,106	3,12	4	21	20	8	7	ت	ع5	
			100	6,7	48,3	33,3	5	6,7				6,7	35	33,3	13,3	11,7	%		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

الفصل السادس: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.....الإطار التطبيقي

جدول رقم (73): وصف الإجابات حول وجود قاعدة (الإنصاف والنزاهة) في التغطية الإخبارية للقنوات محل الدراسة (تابع لجدول السابق)

عبارات	تكرار	France24 قنوات															BBC قنوات			
		مستوى القياس															مستوى القياس			
المقياس	%	غ م ش	غ م	محايد	م	م ش	المجموع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	غ م ش	غ م	محايد	م	م ش	المجموع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	
ع6	ت	8	10	21	17	4	2,98	1,127	موافقة	4	4	23	21	8	60	3,42	1,030	موافق		
	%	13,3	16,7	35	28,3	6,7			متوسطة	6,7	6,7	38,3	35	13,3	100					
ع7	ت	7	6	22	20	5	3,17	1,107	موافقة	3	3	18	30	2	60	3,35	0,917	موافقة		
	%	11,7	10	36,7	33,3	8,3			متوسطة	5	5	30	50	3,3	100			متوسطة		
ع8	ت	7	6	26	15	6	3,12	1,106	موافقة	3	3	24	25	3	60	3,33	0,896	موافقة		
	%	11,7	10	43,3	25	10			متوسطة	5	5	40	41,7	5	100			متوسطة		
البعد السادس: وجود قاعدة الإنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات محل الدراسة																				
البعد السادس: وجود قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)																				
موافقة متوسطة																				
0,793																				
3,06																				
0,648																				
3,27																				
موافقة متوسطة																				

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

✓ يبين الجدولين أعلاه آراء العينة المدروسة، حيث نلاحظ أن البعد ككل الخاص ورود قاعدة الأنصاف والنزاهة في النشرات الإخبارية للقنوات الإخبارية محل الدراسة مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة المتوسطة بالنسبة لقناة France24، وهذا ما جعل متوسط الحسابي الآراء الكلي يحقق قيمة 3,06 بانحراف معياري يقدر ب 0,793 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو ما يفسر وجود موافقة متوسطة على البعد الخاص بوجود قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية لقناة France24.

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 1 "الأمانة في نقل ما حدث وما قيل". حيث حققت وزن نسبي موافق بدرجة متوسطة وهذا ما جعل متوسط الآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,22، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 20 فرد وفي موافق بشدة 6 فرد وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 1,127 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو ما يفسر وجود موافقة متوسطة بين أفراد العينة على ما جاء في العبارة 1.

✓ أمّا فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 3 "الابتعاد عن تفسير ما قاله المصدر". بمتوسط حسابي قدر ب 2,87، أمّا تكرارات العبارة فقد حققت على الترتيب موافق 18 فرد، وقد حققت الفقرة انحراف معياري قدر ب 1,03، ما يدل على التشتت في آراء العينة وهذا ما يفسر وجود موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة على ما جاء في العبارة رقم 3.

✓ كما نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين آراء العينة فيما البعد ككل الخاص ورود قاعدة الأنصاف والنزاهة في النشرات الإخبارية للقنوات الإخبارية محل الدراسة مال نحو الوزن النسبي لمجال الموافقة موافقة متوسطة بالنسبة لقناة BBC، وهذا ما جعل متوسط الحسابي للآراء الكلي يحقق قيمة 3,27 بانحراف معياري يقدر ب 0,648، ما يدل على أن هناك اتفاق نسبي في آراء العينة على ما جاء في فقرات البعد، وهو ما يفسر بوجود موافقة متوسطة على البعد الخاص بوجود قاعدة النزاهة والأنصاف في التغطية الإخبارية لقناة BBC.

✓ أمّا فيما يتعلق بالعبارات فقد سجلنا أعلى متوسط حسابي في العبارة رقم 5 "الابتعاد عن السب والإحق الضرر بالأشخاص المعنيين بالأخبار". حيث حققت وزن نسبي موافق وهذا ما جعل متوسط الآراء الكلي يحقق نتيجة قدرها 3,43، حيث قدر عدد الأفراد في اختيار موافق 29 فرد وفي موافق بشدة 4 فرد وقد حققت انحراف معياري يقدر ب 0,945 ما يدل على أن هناك تشتت نسبي بين العينة على ما جاء في الفقرة، وهو ما يفسر. وجود مجال موافقة بين أفراد العينة على أهمية ما جاء في العبارة رقم 5.

✓ أما فيما يتعلق بأدنى متوسط حسابي في الفقرة رقم 4 "عدم إطلاق الأدوار التي تتم عن توجهات محددة سلفاً." بمتوسط حسابي قدر ب 3,05، أما تكرارات العبارة فقد حققت موافق 21 فرد، وقد حققت الفقرة انحراف معياري قدر ب 0,891، ما يدل على التشتت في آراء العينة وهذا ما يفسر بوجود موافقة متوسطة بين أفراد العينة على ما جاء في العبارة رقم 4.

✓ أما لو نظرنا إلى تكرارات كل الفقرات فنلاحظ أن مجال الموافقة كان أكبر في كل العبارات، وهذا يمكن تفسيره بوجود اتفاق بين أفراد العينة على عبارات البعد ككل.

المطلب الرابع: اختبار، مناقشة وتحليل فرضيات الدراسة:

تنقسم الدراسة ثلاث فرضيات رئيسية، أولهما تنقسم إلى أربع فرضيات فرعية والفرضية الفرعية الأولى تنقسم إلى 4 فرضيات جزئية، وبهدف التحقق من صحة الفرضيات المدرجة في الدراسة سيتم اعتماد منهجية الانتقال من الجزء إلى الكل بمعنى نختبر الجزئية فالفرعية ثم الرئيسية.

1. اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

قبل اختبار الفرضيات لابد من معرفة نوع التوزيع الذي تخضع له متغيرات الدراسة، بهدف استعمال الاختبار المناسب سواء كانت معلميه أو اللامعلمية، ويمكن عرض ذلك من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (74): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة الأساسية

المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار Kolmogorov-Smirnov	مستوى الدلالة
البعد الأول: قاعدة الدقة الشاملة في التغطية الإخبارية	3,36	0,560	0,210	0,140
1- قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية	3,41	0,834	0,200	0,110
2- الدقة في المعلومة	3,33	0,696	0,176	0,054
3- الدقة في الصورة	3,44	0,681	0,202	0,100
4- الدقة في اللغة	3,24	0,642	0,252	0,200
البعد الثاني: قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية	3,09	0,766	0,149	0,160
البعد الثالث: قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية	3,38	0,715	0,203	0,109
البعد الرابع: قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية	3,26	0,623	0,246	0,104

0,196	0,144	0,787	3,23	البعد الخامس: قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية
0,106	0,201	0,729	3,17	البعد السادس: وجود قاعدة (الإنصاف والنزاهة) في التغطية الإخبارية
0,057	0,185	0,563	3,24	البعد الرئيسي: وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة باللغة العربية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

نلاحظ من الجدول أعلاه أن اختبار التوزيع الطبيعي قد بلغ في متغير المحور الرئيسي: وجود القواعد المهنية في المواد الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية قيمة 0,185 بمستوى دلالة 0,057، نلاحظ أن كل الأبعاد مستوى دلالة أكبر من 0.05 ألا وهو مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة، ما يؤدي بنا لقبول الفرض الصفري الذي يقر بأن البيانات الخاصة بمتغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي. وهذا ما يقودنا لاعتماد الاختبارات المعلمية في الدراسة.

2. اختبار الفرضية الرئيسية الأولى وفروعها:

سيتم اختبار كل الفرضيات الفرعية ثم الرئيسية الأولى.

1.2 الفرضية الفرعية الأولى وفروعها H11:

سنبدأ باختبار الفرضيات الجزئية لهذه الفرضية الفرعية ثم نتقل لاختبارها.

1.1.2 الفرضية الجزئية الأولى H111:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

توجد قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

الجدول التالي يعطي لنا نتائج الاختبار الخاصة بالفرضية:

جدول رقم (75): اختبار ستودنت للفرضية الجزئية الأولى

البيان	مستوى الدلالة	الوسط الحسابي	الوسط الفرضي	درجة الحرية	T الاختبار
قيمة الاختبار بالنسبة France24	0.00	3.376	3	59	3.479
قيمة الاختبار بالنسبة BBC	0.000	3.454	3	59	4.211

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 3.479 بمستوى دلالة 0.00 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بأن متوسط يختلف عن 3، وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.376، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أنه

توجد قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من

الصحافيين والأساتذة

كما نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 4.211 بمستوى دلالة 0.00 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بأن متوسط يختلف عن 3 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.345، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق من طرف العينة المدروسة على أن:

وجود قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحافيين

والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الجزئية الأولى التي تقر

بوجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة الدقة في التغطية الإخبارية

للقناتين (France24 و BBC)

حسب رأي عينة الدراسة من الصحافيين والأساتذة

أما لو تم مقارنة المتوسط الحسابي للقناتين نلاحظ أن الاتفاق تحقق في كليهما على وجود دقة في التغطية تقريبا بنفس الدرجة في France24 عنها في BBC، وهذا يرجع أساسا إلى المتوسط الحسابي لقناة BBC أكبر من المتوسط الحسابي لقناة France24 أي أن هناك اتفاق أكبر من طرف العينة المدروسة لصالح BBC، وهذا يمكن تفسير انطلاقا من نتائج الجداول السابقة الخاصة عبارات البعد الخاص بقاعدة الدقة في التغطية الإخبارية في قناتي France24 و BBC، والتي خلصت إلى أن العبارة 7 (الدقة في إثبات المصادر والأرقام والإحصائيات) أخذت المرتبة الأولى في موافقة أفراد العينة أي أن قناة BBC تلتزم بالدقة في

اتبث المصادر وهي عبارة مهمة، وأن ادنى متوسط حسابي كان لعبارة (اعتماد المعلومات الناقصة)، وأما في قناة France24 أعلى متوسط حسابي كان لعبارة (اسناد المعلومات إلى مصادرهما) وهي عبارة مهمة في تحقيق الدقة في التغطية الإخبارية وأدنى متوسط حسابي كان لعبارة (اعتماد المعلومات الناقصة)، أما العبارة (تجنب المحتوى غير الصحيح) فأخذت تكرار موافقة أفراد العينة في قناة BBC أكبر من تكرار موافقة أفراد العينة عليها في قناة France24، أي أن قناة BBC تتجنب المحتوى غير الصحيح أكثر من قناة France24 في التغطية الإخبارية حسب أفراد العينة، وهو الذي أحدث الفارق.

إن التأكد من دقة الخبر وتحمل المسؤولية إن لم يكن دقيقاً، وإن يكون شفافاً بشأن مصادر القصص والمعلومات، والموازنة بين حقوق الأفراد في الخصوصية والحق الأوسع وهو خدمة المصلحة العامة، وإن المحتوى يتعد عن المعلومات الناقصة التي قد تؤدي إلى تشويه الوقائع، والاعتماد على مصادر موثوقة ولها تاريخ مشهود من الصدقية. «والمحتوى لا يقدم صوراً أو فيديوهات تم تعديلها أو التلاعب بها»⁽¹⁾ هو من أهم ما يجب الالتزام به في نشر الأخبار لتحقيق قاعدة الدقة في التغطيات الإخبارية..

2.1.2. الفرضية الجزئية الثانية H112:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و France24) حسب رأي

عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

الجدول التالي يعطي لنا نتائج الاختبار الخاصة بالفرضية:

جدول رقم (76): اختبار ستودنت للفرضية الجزئية الثانية

البيان	مستوى الدلالة	الوسط الحسابي	الوسط الفرضي	درجة الحرية	T الاختبار
قيمة الاختبار بالنسبة France24	0.032	3.191	3	59	2.203
قيمة الاختبار بالنسبة BBC	0.000	3.487	3	59	5.452

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

⁽¹⁾ _معايير التحقيق من مصداقية التغطية الصحفية رصد مصداقية الاعلام الاردني.

نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 2.203 بمستوى دلالة 0.032 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بأن متوسط يختلف عن 3 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.191، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أنه:

توجد قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من

الصحافيين والأساتذة

كما نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 5.452 بمستوى دلالة 0.00 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بأن متوسط يختلف عن 3، وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.487، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق من طرف العينة المدروسة على أنه:

توجد قاعدة (دقة المعلومة) في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من

الصحافيين والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الصفرية الجزئية الثانية التي تقر

بوجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة (دقة المعلومة) في التغطية الإخبارية للقناتين

(France24 و BBC)

حسب رأي عينة الدراسة من الصحافيين والأساتذة.

✓ أما لو تم مقارنة المتوسط الحسابي للقناتين نلاحظ أن الاتفاق أعلاه في BBC ما يؤكد على أن هذه الأخيرة تقيم بدقة المعلومة حسب رأي العينة عنها في France24، وهذا يرجع أساساً إلى اعتماد قناة BBC في تغطيتها الإخبارية على انتقاء المعلومة من المصدر الأساسي والتأكد من مصدر اليان قبل بثه، وهذا بموافقة أغلب أفراد العينة من الصحافيين والأساتذة الجامعيين بعدد أكبر من أفراد العينة بالنسبة لقناة France24، وأن دقة المعلومة تستلزم اللجوء إلى المصادر الحقيقية لأخبار مع الأخذ بالاعتبار مدى دقة وصحة المعلومات، فإذا كانت المعلومات عبارة عن حقائق أو بيانات إحصائية

فيجب التأكد منها بالاستعانة بأكثر من مصدر، والتأكد من وجود ما يثبت صحة المعلومات الموجودة بالمصدر.

3.1.2 الفرضية الجزئية الثالثة H113:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة (دقة الصورة) في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

الجدول التالي يعطي لنا نتائج الاختبار الخاصة بالفرضية:

جدول رقم (77): اختبار ستودنت للفرضية الجزئية الثالثة

البيان	مستوى الدلالة	الوسط الحسابي	الوسط الفرضي	درجة الحرية	الاختبار T
قيمة الاختبار بالنسبة France24	0.00	3.438	3	59	5.062
قيمة الاختبار ب النسبة BBC	0.00	3.444	3	59	4.945

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 5.0462 بمستوى دلالة 0.00 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بأن متوسط يختلف عن 3 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.438، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق من طرف العينة المدروسة على أنه.

توجد قاعدة (دقة الصورة) في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

كما نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 4.945 بمستوى دلالة 0.00 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بأن متوسط يختلف عن 3 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.444، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق من طرف العينة المدروسة على أنه

توجد قاعدة (دقة الصورة) في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الصفرية الجزئية الثالثة التي تقر

بوجود اتفاق على الالتزام بقاعدة (الدقة في الصورة) في التغطية الإخبارية

للقناتين (BBC و France24)

حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

أما لو تم مقارنة المتوسط الحسابي للقناتين نلاحظ أن الاتفاق تحقق في كليهما على وجود دقة في الصورة بدرجة تقريبا متساوية في كل من France24 و BBC وهذا يرجع أساسا إلى اعتماد كلتا القناتين وبشكل متقارب ويكاد يكون متساويا، وهذا حسب أفراد العينة من الصحفيين والأساتذة الجامعيين على ما يدعم دقة الصورة، وهي: اختيار الصورة المعبرة عن الخبر، وإقحام المؤثرات الصوتية والبصرية لغرض في، والحرص على الصوت الطبيعي.

في الإنتاج الإخباري التلفزيوني ينبغي أن يترك المجال للصورة كي تؤدي وظيفتها في إعلام المشاهد، وفي سرد القصة، فهي الاقدر على التعبير من الكلمات، ونحن نعلم أن الرؤية هي أساس الاقناع، فالبصر وسيلة هامة من وسائل تحصيل المشاهد في استبيان المعلومات واستيعابها، تساعد الصور في إضفاء الواقعية على الأحداث مما يزيد من إمكانية تصديقها من طرف المشاهدين، والصور التي تروي أو تصاحب قصصا أو موضوعات إخبارية مثلها مثل هذه القصص أو الموضوعات يمكن أن تحرف أو تشوه بأكثر من طريقة، بل أن مجرد اختيار صورة أو لقطة وليس أخرى هو دليل على تحيز متعمد من الصور .

4.1.2 الفرضية الجزئية الرابعة H114:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة (دقة اللغة) في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

الجدول التالي يعطي لنا نتائج الاختبار الخاصة بالفرضية:

جدول رقم (78): اختبار ستودنت للفرضية الجزئية الرابعة

البيان	مستوى الدلالة	الوسط الحسابي	الوسط الفرضي	درجة الحرية	الاختبار T
قيمة الاختبار بالنسبة BBC	0.000	3.366	3	59	4.399
قيمة الاختبار بالنسبة France24	0.132	3.122	3	59	1.526

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 4.399 بمستوى دلالة 0.00 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بأن متوسط يختلف عن 3 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.366، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أن

توجد قاعدة (دقة اللغة) في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من

الصحافيين والأساتذة

كما نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 1.526 بمستوى دلالة 0.132 هو أكبر من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نقبل الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.12، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق بدرجة متوسطة من طرف العينة المدروسة على أن

توجد قاعدة (دقة اللغة) في التغطية الإخبارية في قناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من

الصحافيين والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الصفرية الجزئية الرابعة التي تقر

بوجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة (دقة اللغة) في التغطية الإخبارية

للقتاتين (BBC و France24)

حسب رأي عينة الدراسة من الصحافيين والأساتذة

أما لو تم مقارنة المتوسط الحسابي للقناتين نلاحظ أن الاتفاق أعلاه في BBC ما يؤكد على أن هذه الأخيرة تهتم بدقة اللغة حسب رأي العينة عنها في قناة France24، وهذا يرجع أساساً إلى درجة اتفاق أفراد العينة على العبارات الخاصة بقاعدة دقة اللغة في التغطية الإخبارية في القناتين، حيث أن قناة BBC تعتمد حسب العينة على ما يدعم قاعدة دقة اللغة كترجمة المقطع الصوتي كاملاً، وتوخي الدقة في الترجمة، واستعمال المفردة الصحيحة، وتجنب الكلمات الفضفاضة التي تحمل أكثر من معنى أكثر من قناة France24.

إن دقة اللغة تتطلب "نقل الخبر بأمانة مع ذكر تفاصيله بدقة من دون حذف يخل بسياق الواقعة أو الحادثة من دون مبالغة حتى لا يعطيها معنى أو تأثيراً مخالفاً للحقيقة".⁽¹⁾ ذلك لأن الصحافة تعتمد أسلوباً لغوياً خاصاً يخاطب الجميع إلا أنها تتحرى الصدق، والتدقيق والدقة، والنقل حسب طبيعة المادة الإخبارية.

اختبار الفرضية الفرعية الأولى H11:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة الدقة الشاملة في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

الجدول التالي يعطي لنا نتائج الاختبار الخاصة بالفرضية:

جدول رقم (79): اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الأولى

البيان	مستوى الدلالة	الوسط الحسابي	الوسط الفرضي	درجة الحرية	الاختبار T
قيمة الاختبار بالنسبة France24	0.00	3.282	3	59	4.068
قيمة الاختبار بالنسبة BBC	0.00	3.438	3	59	5.896

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

⁽¹⁾ _ليث بدر يوسف، زهرة حسين الحداد، المسؤولية الاجتماعية في الصحافة الإلكترونية، دار أجد لل نشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2017، ص63.

نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 4.068 بمستوى دلالة 0.00 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بأن متوسط يختلف عن 3 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.282، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أنه:

توجد قاعدة الدقة الشاملة في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

كما نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 5.896 بمستوى دلالة 0.00 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بأن متوسط يختلف عن 3 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.438، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق من طرف العينة المدروسة على أنه:

توجد قاعدة الدقة الشاملة في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الصفرية الفرعية الأولى التي تقر

بوجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة الدقة الشاملة في التغطية الإخبارية
للقناتين (France24 و BBC)
حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

أما لو تم مقارنة المتوسط الحسابي للقناتين نلاحظ أن الاتفاق أعلاه في BBC ما يؤكد على أن هذه الأخيرة تهتم بالدقة الشاملة حسب رأي العينة عنها France24 وهذا يرجع أساسا إلى أن هناك اتفاق من طرف أفراد العينة من الصحفيين والأساتذة الجامعيين على تفوق نسبي لقناة في قاعدة دقة المعلومة وقاعدة دقة اللغة، وتكاد تكون متساوية في قاعدة دقة الصورة، ومنه نخلص إلى أن هناك التزام أكبر من قناة BBC بقاعدة الدقة الشاملة في تغطيتها الإخبارية على قناة France24.

إن قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية تتطلب الدقة في المعلومة والدقة في الصورة والدقة في اللغة، خاصة

وان غرف الأخبار تتعامل على مدار الساعة مع كم كبير من المعلومات والأخبار التي لا تأتي غالبا كاملة، ما يضع تحديا كبيرا يرتبط بعملية التحقق من صحتها وكذلك الاستمرار في متابعة تطوراتها وتحديثها لإبقاء

المشاهد في صورة ما يجري بشكل دقيق بقدر الإمكان، وهذا لن يتحقق فعليا إلا في غرف الأخبار والمؤسسات الصحفية التي تلتزم بقاعدة الدقة بشكل صارم ضمن الية عملها، ما يضع مسؤولية على كل صحفي داخل المؤسسة الإعلامية اتخاذ الإجراءات اللازمة من أجل التحقق من دقة المعلومة، ودقة الصورة ودقة اللغة، قبل تقديمه وبثه للجمهور .

2.2 الفرضية الفرعية الثانية H12:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

الجدول التالي يعطي لنا نتائج الاختبار الخاصة بالفرضية:

جدول رقم (80): اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الثانية

البيان	مستوى الدلالة	الوسط الحسابي	الوسط الفرضي	درجة الحرية	الاختبار T
قيمة الاختبار بالنسبة France24	0.726	2.963	3	59	-0.352
قيمة الاختبار بالنسبة BBC	0.02	3.222	3	59	2.390

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت -0.352 بمستوى دلالة 0.726 هو أكبر من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نقبل الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3، وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 2.963، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أن:

توجد قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من

الصحفيين والأساتذة

كما نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 2.39 بمستوى دلالة 0.02 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات

يقترَب من 3 ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بأن متوسط يختلف عن 3، وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.222 ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق بدرجة متوسطة من طرف العينة المدروسة على أن

يوجد قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين

والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الفرعية الثانية التي تقر

بوجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة التوازن في التغطية الإخبارية

للقناتين (BBC و France24)

حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

أما لو تم مقارنة المتوسط الحسابي للقناتين نلاحظ أن الاتفاق بدرجة متوسطة في كلاهما ولكن أعلاه كان في BBC ما يؤكد على أن هذه الأخيرة تهتم بقاعدة التوازن نوعاً ما أكثر من France24 حسب رأي العينة عنها في BBC وهذا يرجع أساساً إلى أن قناة BBC أخذت تكرار موافق من طرف أفراد العينة من الصحفيين والأساتذة الجامعيين على وجود التوازن في عرض المصادر، والتوازن في إعطاء مساحات متساوية لمختلف الأطراف ذات الصلة بالخبر، والتوازن في استخدام عناصر الإبراز والعناوين، والتنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر أكبر من وجوده في التغطية الإخبارية في قناة France24 .

إن قاعدة التوازن تقوم على عرض وجهات النظر المختلفة حيال القصة الخبرية عرضاً متوازناً يتيح لها الظهور بشكل متساوي دون محاباة لوجهة نظر معينة أو حقيقة على أخرى وقد أطلق الدكتور الباحث عبد العزيز الشريف على التغطية التي تتوفر على قاعدة التوازن بالتغطية العادلة حيث قال "على جميع وسائل الإعلام أن توفر فرصاً منصفة وعروضاً منصفة وتغطيات منصفة فيما يتعلق بالأحداث والقضايا، فلا يجوز أن تقتصد أي وسيلة تحريف المعلومات تحريف المعلومات أو حجمها أو تزييفها أو إساءة عرضها، كما يجب على جميع وسائل الإعلام توخي الدقة والموضوعية والتوازن في تغطيتها".⁽¹⁾

في هذا السياق أعرب الدكتور محمود علم الدين أستاذ الإعلام بجامعة القاهرة عن اعتقاده الاستحالة في تحقيق الموضوعية بالاعتماد على التوازن وقال "إن ما نشاهده الآن أكبر دليل على ذلك، عبر ما تبثه قنوات

(1) _ الشريف عبد العزيز، أخلاقيات الإعلام، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 70.

تدعي المهنية والتوازن، لكنها في النهاية تستضيف ضيفا قويا يعبر عن وجهة نظرها، مقابل ضيف آخر أضعف للتعبير عن وجهة النظر المغايرة.⁽¹⁾

3.2 الفرضية الفرعية الثالثة H13:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة (الشمولية والتكامل) في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة بالعربية (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

الجدول التالي يعطي لنا نتائج الاختبار الخاصة بالفرضية:

جدول رقم (81): اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الثالثة

البيان	مستوى الدلالة	الوسط الحسابي	الوسط الفرضي	درجة الحرية	الاختبار T
قيمة الاختبار بالنسبة France24	0.002	3.3	3	59	3.310
قيمة الاختبار ب النسبة BBC	0.00	3.463	3	59	4.945

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 3.310 بمستوى دلالة 0.02 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بأن متوسط يختلف عن 3، وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.3، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أنه:

⁽¹⁾ _فتحية الدخاخي، التوازن في اختيار المصادر معايير موضوعية ام وسيلة للضغط، صحيفة الشرق الأوسط

aavsat.com 30 يونيو 2019، تاريخ الدخول 10 نوفمبر 2023.

توجد قاعدة (الشمولية والتكامل) في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

كما نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 4.945 بمستوى دلالة 0.00 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 ونقبل الفرضية البديلة التي تقرر بأن متوسط يختلف عن 3، وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.463، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق من طرف العينة المدروسة على أن:

توجد قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الفرعية الثالثة التي تقرر

بوجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة (الشمولية والتكامل) في التغطية الإخبارية
للقناتين (BBC و France24)
حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

أما لو تم مقارنة المتوسط الحسابي للقناتين نلاحظ أن الاتفاق أعلاه في BBC ما يؤكد على أن هذه الأخيرة تهتم بالشمولية والتكامل حسب رأي العينة عنها في France24، هذا يرجع إلى أن قناة BBC أخذت موافقة بتكرار أكبر من طرف أفراد العينة من الصحفيين والأساتذة الجامعيين على وجود واستخدام الإحاطة الشاملة بالموضوع، والإجابة على الشقيقتان الست في أخبارها، والامام بكل عناصر الموضوع، واستخدام الخلفيات لغرض التعريف، واستكمال المادة الإخبارية في تغطيتها الإخبارية أكبر من وجودها في التغطية الإخبارية لقناة France24، والتي أخذت موافقة متوسطة .

3.2 الفرضية الفرعية الرابعة H1.4:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

الجدول التالي يعطي لنا نتائج الاختبار الخاصة بالفرضية:

جدول رقم (82): اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الرابعة

البيان	مستوى الدلالة	الوسط الحسابي	الوسط الفرضي	درجة الحرية	الاختبار T
قيمة الاختبار بالنسبة France24	0.001	3.242	3	59	3.416
قيمة الاختبار ب النسبة BBC	0.002	3.285	3	59	3.196

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 3.416 بمستوى دلالة 0.001 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بأن متوسط يختلف عن 3 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.242، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أن

توجد قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من

الصحافيين والأساتذة

كما نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 3.196 بمستوى دلالة 0.002 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بأن متوسط يختلف عن 3 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.285، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أن

توجد قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحافيين

والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الفرعية الرابعة التي تقر

بوجود اتفاق متوسط ومتساو تقريبا على الالتزام بقاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية

للقتاتين (France24 و BBC)

حسب رأي عينة الدراسة من الصحافيين والأساتذة.

نظرا لتقارب الكبير من متوسط الإجابات في القانتين، ويمكن تفسير ذلك هناك موافقة متوسطة من طرف أفراد العينة من الصحفيين والأساتذة الجامعيين على أن كل من قناة BBC وقناة France24 تلتزم بقاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية بصفة متساوية تقريبا، لأن قاعدة الوضوح تتطلب إلى أن يكون المحتوى محدد وواضح في ذكر الحقائق والأحداث والأشخاص، والمحتوى يشير إلى كيفية الحصول على المعلومة حتى وأن تحفظ على ذكر المصدر، والإشارة بوضوح إلى المعلومات التي لم يتحقق منها، والابتعاد عن المفاهيم والعبارات التي تحتمل تفسيرات متعددة، والإشارة إلى تاريخ المحتوى الارشيفي وكل هذه المؤشرات أخذت موافقة متوسطة ومتساوية تقريبا في القناتين من طرف أفراد العينة .

4.2 الفرضية الفرعية الخامسة H15:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

الجدول التالي يعطي لنا نتائج الاختبار الخاصة بالفرضية:

جدول رقم (83): اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الخامسة

البيان	مستوى الدلالة	الوسط الحسابي	الوسط الفرضي	درجة الحرية	T الاختبار
قيمة الاختبار بالنسبة France24	0.003	3.293	3	59	3.123
قيمة الاختبار بالنسبة BBC	0.104	3.18	3	59	1.65

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 3.123 بمستوى دلالة 0.003 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بأن متوسط يختلف عن 3 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.293، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على:

وجود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

كما نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 1.65 بمستوى دلالة 0.104 هو أكبر من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نقبل الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.18، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على

وجود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الفرعية الخامسة التي تقرر

بوجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية
للقتاتين (France24 و BBC)
حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

أما لو تم مقارنة المتوسط الحسابي للقتاتين نلاحظ أن الاتفاق أعلاه في France24 يؤكد على أن هذه الأخيرة فيها عدم التحيز النسبي حسب رأي العينة عنها في BBC وهذا يرجع أساسا إلى إجابات أفراد العينة من الصحفيين والأساتذة الجامعيين على عبارات البعد الخاص بقاعدة الحياد وعدم التحيز في التغطية الإخبارية، حيث أخذت قناة France24 أعلى تكرار الاتفاق على استخدام عناصر الإبراز بتحيز، والانتقائية والحذف الإخباري، وتغيب الحقائق لخدمة وجهة نظر معينة، والمحابة والتغطية الإخبارية أو الرؤية أحادية الزاوية، وعدم تناسب أهمية المادة مع مكانها وحجمها واستخدام العناوين والصور والجرافيك ولهذا فهي أكثر تحيزا وأقل حيادا من قناة BBC، رغم أن وجود هذه القاعدة بصفة متوسطة في كلتا القناتين حسب أفراد العينة .

5.2 الفرضية الفرعية السادسة H16:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة (الإنصاف والنزاهة) في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة بالعربية (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

الجدول التالي يعطي لنا نتائج الاختبار الخاصة بالفرضية:

جدول رقم (84): اختبار ستودنت للفرضية الفرعية السادسة

البيان	مستوى الدلالة	الوسط الحسابي	الوسط الفرضي	درجة الحرية	T الاختبار
قيمة الاختبار بالنسبة France24	0.544	3.06	3	59	0.610
قيمة الاختبار ب النسبة BBC	0.001	3.279	3	59	3.336

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 0.610 بمستوى دلالة 0.544 هو أكبر من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نقبل الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.06، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أن

توجد قاعدة الإنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية لقناة France24 بدرجة متوسطة حسب

رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

كما نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 3.336 بمستوى دلالة 0.001 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل البديلة أي أن متوسط الإجابات يختلف عن 3، وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.279، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أن

توجد قاعدة الإنصاف والنزاهة في التغطية الاختبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من

الصحفيين والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الفرعية السادسة التي تقرر

بوجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة (الإنصاف والنزاهة) في التغطية الاختبارية

للقتاتين (France24 و BBC)

حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

أما لو تم مقارنة المتوسط الحسابي للقناتين نلاحظ أن الاتفاق أعلاه في BBC يؤكد على أن هذه الأخيرة يوجد فيها إنصاف ونزاهة نسبيا أعلى من France24 حسب رأي العينة المدروسة، وهذا يرجع أساسا إلى أن هناك اتفاق متوسط من طرف الأساتذة والصحفيين على وجود عبارات البعد الخاص بقاعدة النزاهة والأنصاف مع تفوق نسبيا لصالح قناة BBC، كالأمانة في نقل الحدث، والابتعاد عن تفسير ما قاله المصدر، والابتعاد عن السب والحق الضرر بالأشخاص، وعدم تحريف الخبر بعيدا عن الاختصار، واحترام خصوصية المواطنين وحقوق الضحايا، ومنه كان الالتزام متوسطا في كلتا القناتين .

إن قاعدة النزاهة والأنصاف تختلف عن قاعدة التوازن وهي مرتبطة بها، فإذا كان التوازن إعطاء أهمية متساوية لكل أطراف التغطية، ولكن التحدي الحقيقي هو تغطية جميع وجهات النظر المهمة بطريقة نزيهة ومنصفة، وتقديم صورة كاملة وامينة للجمهور، أن النزاهة والأنصاف لا تعني تكرار الأكاذيب والحذف والتحريف لتحقيق المساواة المطلوبة بين الأطراف في وقت تكون الوقائع مؤيدة لطرف واحد بصورة لا تقبل الشك، وهذا ما نجد في تغطية بعض القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية التي ترفع دائما شعار التوازن والأنصاف والنزاهة في تغطيتها الإخبارية .

6.2 الفرضية الرئيسية الأولى 7. H1 :

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة بالعربية (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

الجدول التالي يعطي لنا نتائج الاختبار:

جدول رقم (85): اختبار ستودنت للفرضية الرئيسية الأولى

البيان	مستوى الدلالة	الوسط الحسابي	الوسط الفرضي	درجة الحرية	T الاختبار
قيمة الاختبار بالنسبة BBC	0.00	3.311	3	59	4.474
قيمة الاختبار بالنسبة France24	0.009	3.19	3	59	2.722

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 3.311 بمستوى دلالة 0.00 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من

3ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بأن متوسط يختلف عن 3 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.311، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أنه

توجد القواعد المهنية نسبيا في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من

الصحافيين والأساتذة

كما نلاحظ من الجدول أن قيمة اختبار ستودنت قد بلغت 2.722 بمستوى دلالة 0.009 هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد ألا وهو 0.05، وهذا ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية أي أن متوسط الإجابات يقترب من 3ونقبل الفرضية البديلة التي تقر بأن متوسط يختلف عن 3 وهذا ما يتأكد من خلال النظر إلى قيمة الوسط الحسابي البالغة 3.19، ما يقودنا للوصول إلى أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أنه:

توجد القواعد المهنية نسبيا في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة

من الصحافيين والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الرئيسية التي تقر

بوجود اتفاق متوسط على الالتزام بالقواعد المهنية في التغطية الإخبارية
للقتاتين (France24 و BBC)
حسب رأي عينة الدراسة من الصحافيين والأساتذة.

أما لو تم مقارنة المتوسط الحسابي للقتاتين نلاحظ أن الاتفاق أعلاه في قناة BBC يؤكد على أن هذه الأخيرة تطبق نسبيا القواعد المهنية بدرجة أكثر نسبيا من france24 حسب رأي العينة المدروسة وهذا إلى النتائج السابقة الخاصة بالفرضيات الجزئية حيث كشفت على:

- اتفاق متوسط من طرف الأساتذة والصحافيين على الالتزام بقاعدة الدقة الشاملة في التغطية الإخبارية للقتاتين (France24 و BBC) مع تفوق نسبي لقناة BBC.

وجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقتاتين (France24 و BBC) مع تفوق نسبي لقناة BBC.

وجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقتاتين (BBC و France24) مع تفوق نسبي لقناة BBC.

وجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة الوضوح وبشكل متساو تقريبا في التغطية الإخبارية في القنوات BBC وfrance24) من طرف أفراد العينة من الأساتذة والصحفيين.

وجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC وfrance24) مع تفوق نسبي لقناة BBC.

وجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC وfrance24) مع تفوق نسبي لقناة BBC.

ومنه نستنتج أن هناك اتفاق متوسط على الالتزام بالقواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC وfrance24) حسب رأي الأساتذة الجامعيين والصحفيين مع تفوق نسبي لقناة BBC.

3. الفرضية الرئيسية الثانية H 2

تنص هذه الفرضية على مايلي:

توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في الالتزام بالقواعد المهنية في

التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة باللغة العربية تعزى لنوع القناة BBC و France24

حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

للإجابة عن الفرضية نعرض الجدول التالي

جدول رقم (86): اختبار الفرضية الثانية

اختبار T للمتوسطات			اختبار Levene's لتجانس التباين		الاختبار
SIG	DDT	T	SIG	F	البيان
0.196	118	1.299	0.260	1.281	تساوي التباينين
0.196	117.995	1.299			عدم تساوي التباينين

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

توضح نتائج الجدول أعلاه قيمة اختبار فيشر المقدّر بـ 2811، حيث نلاحظ أنها حققت مستوى دلالة قدر بـ 0.260 ، إذ نلاحظ أنه أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة ألا وهو 0.05 ما يؤكد على أن التباين متجانس بين القناتين BBC وFrance24، وعليه سنستخدم نتائج اختبار ستودنت في حالة تساوي التباينين، حيث قدرت قيمتها حسب الجدول بـ 1.299، حيث نلاحظ أنها حققت مستوى دلالة

0.196 إذ أنه أكبر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، ما يجعلنا نقبل لفرضية الصفرية أي عدم وجود فروقات بمعنى

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تبني القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة بالعربية BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

يتضح من خلال قيم المتوسط الحسابي لكل القانتين قد حققت قيم متقاربة حيث بلغت 3.309 بالنسبة لقناة BBC وبلغت قيمة المتوسط الحسابي لـ France24 قيمة 3.176، ما يؤكد على أن العينة تؤكد على أنه نفس المستوى للقانتين في الالتزام بالقواعد المهنية في المواد الإخبارية للقنوات. وهذا يمكن تفسيره بالاعتماد على نتائج الفرضيات السابقة الخاصة بالقواعد المهنية، حيث خلصت، وهذا حسب أفراد العينة من الأساتذة والصحفيين إلى:

- اتفاق متوسط من طرف الأساتذة والصحفيين على الالتزام بقاعدة الدقة الشاملة في التغطية الإخبارية للقناتين BBC و france24 مع تفوق نسبي لقناة BBC.

وجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و france24) مع تفوق نسبي لقناة BBC.

وجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و france24) مع تفوق نسبي لقناة BBC.

وجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة الوضوح وبشكل متساو تقريبا في التغطية الإخبارية في القناتين (BBC و france24) من طرف أفراد العينة من الأساتذة والصحفيين.

وجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و france24) مع تفوق نسبي لقناة BBC.

وجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و france24) مع تفوق نسبي لقناة BBC.

ومنه نستنتج أن هناك اتفاق متوسط على الالتزام بالقواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و france24) حسب رأي الأساتذة الجامعيين والصحفيين مع تفوق نسبي لقناة BBC.

ومنه نخلص إلى أن القواعد المهنية توجد بصورة متوسطة في القناتين BBC و france24 وتلتزم بها نسبيا حسب رأي الأساتذة الجامعيين والصحفيين مع فرق بسيط لصالح لقناة BBC. أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى 0.05 في الالتزام بالقواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقناتين.

4 . الفرضية الرئيسية الثالثة H 3

تنص هذه الفرضية على مايلي:

توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في تبني القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و France24) تعزى لتخصص المبحوثين (الصحافيين والأساتذة)

للإجابة عن الفرضية نعرض الجدول التالي:

جدول رقم (87): اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

اختبار T للمتوسطات			اختبار Levene's لتجانس التباين		الاختبار
SIG	DDT	T	SIG	F	البيان
0.00	118	-4.836	0.351	0.875	تساوي التباين
0.00	105.740	-4.836			عدم تساوي التباين

المصدر: من إعداد الباحثة بالاستناد على مخرجات برنامج IBM*Spss*Statistics V26

توضح نتائج الجدول أعلاه قيمة اختبار فيشر المقدّر بـ 0.875، حيث نلاحظ أنها حققت مستوى دلالة قدر بـ 0.351، إذ نلاحظ أنه أكبر من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة ألا وهو 0.05 ما يؤكد على أن التباين متجانس بين القناتين BBC و France24، وعليه سنعمد نتائج اختبار ستودنت في حالة تساوي التباين، حيث قدرت قيمتها حسب الجدول بـ -4.836 حيث نلاحظ أنها حققت مستوى دلالة 0.00. إذ أنه أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة أي:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تبني القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة باللغة العربية (BBC و France24) تعزى لتخصص المبحوثين (الصحافيين والأساتذة)

بمعنى أن هناك اختلاف في رأي العينة على تبني القواعد المهنية بين القانتين المدروستين ويتأكد ذلك من خلال قيمة المتوسط الحسابي البالغة 3.47 بالنسبة لصحافين و3.031 بالنسبة للأساتذة بمعنى أن الصحافيون يتفوقون على أن القانتين تتبنى القواعد المهنية أما الأساتذة فهناك اتفاق متوسط فقط على أن القانتين تطبق القواعد المهنية، وهذا يمكن تفسيره بالرجوع إلى نتائج الجداول الخاصة بمدى الاعتماد على كل من الأساتذة والصحفيين على القناتين كمصدر لمعلومات ومدى الثقة فيها، فتبين أن الأساتذة والصحفيين يعتمدون بدرجة متوسطة ولكن الأساتذة بنسبة أكبر 70% والصحفيين 50%، ودرجة ثقة الصحفيين أكبر من درجة ثقة الأساتذة أعلى نسبة كانت ثقة منخفضة 46.7% قناة France24 و40% لقناة BBC، أما الصحفيون، درجة اعتماد الصحفيين على القنوات محل الدراسة كانت درجة متوسطة بنسبة 50% ودرجة كبيرة بنسبة 43.3%، ودرجة ثقة الصحفيين أعلى نسبة كانت درجة متوسطة بنسبة 50% قناة France24 و56% لقناة BBC ودرجة منخفضة بنسبة 20% قناة France24 و13.3% لقناة BBC. أي الأساتذة يعتمدون أقل من الصحفيين على القنوات كمصادر للمعلومات وثقتهم منخفضة أقل من ثقة الصحفيين.

إن وجود فروق بين الصحفيين والأساتذة الجامعيين في تقييم التزام القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية محل الدراسة، ولو كان نسبيا قد يرجع إلى اختلاف اهتماماتهم المهنية ومستوياتهم العلمية والأكاديمية واحتياجاتهم وتوجهاتهم فإذا كان الصحفي متخصص في المجال الإخباري، فهو متابع جيد ومصادر معلوماته متعددة ومتنوعة، ومن خلال تجربته العملية فهو يمتلك المؤهلات التي تمكنه من التمييز بين الأخبار الصحيحة والكاذبة ويعرف جيدا تاريخ كل قناة وموافقها اتجاه مختلف الأحداث والقضايا الراهنة وصعوبات وتحديات العمل الصحفي الميداني، فإن الاستاد الجامعي هو من جمهور النخبة لا يمكن يصدق أي خبر يث في أي قناة إخبارية مهما كانت شهرة القناة، فتكوينه الأكاديمي في مجال الإعلام والاتصال يمكنه من الفهم والتحليل والمقارنة بين الأخبار من خلال قنوات تلفزيونية إخبارية أخرى، ونوعية المصادر المعتمدة في نقل الخبر، ومنه يمكن أن يكتشف صدق ودقة الخبر فيثق فيه أو العكس، فهم لا يثقون في مصدر واحد، ويعرفون مسبقا توجهات هذه القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية.

نتائج الدراسة التحليلية والدراسة الميدانية

- 1- نتائج الدراسة التحليلية
- 2- نتائج الدراسة الميدانية
- 3- نتائج اختبار فروض الدراسة
- 4- أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة
- 5- نتائج الدراسة في ضوء المقاربات النظرية

1- نتائج الدراسة التحليلية:

1. وجود قاعدة دقة الشاملة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

وهي تشمل:

1.1 وجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

كشفت النتائج الكمية أن قناة BBC تتفوق بفارق بسيط في عبارة (ذكر مصدر المعلومة) و(عبارة الاعتماد على مصادر موثوقة) ولها نسبة أكبر في عبارة (حذف جزء من المعلومة)، أما قناة France24 فهي تتفوق على قناة BBC بفارق بسيط في عبارة (الدقة في الاسماء والأرقام) وبفارق ملموس في عبارة (خلط المعلومات بالتحليلات والتكهنات الذاتية).

إن دقة المعلومة في التغطية تتحدد باعتماد الدقة في الاسماء والارقام، واعتماد المصادر الموثوق بها وذكرها، والحرص على إعطاء المعلومة كاملة دون حذف أو زيادة، وإذا لزم الأمر واضطر الصحفي للاعتماد على مصادر مجهولة التي يفترض ان تكون نسبتها معقولة، والتي حازت على أضعف نسبة بالنسبة للقناتين، يوصي الخبراء ⁽¹⁾ "بتوثيق المعلومات بالاستعانة بمصادر أخرى حتى لو لم تذكر اسمها، بهدف التأكد وتعدد المصادر".

ولتأكيد النتائج المتحصل عليها قامت الباحثة بحساب أيضا:

1.1.1 نوعية النخب كمصدر للتغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

بينت النتائج الكمية أن قناة BBC. تتفوق على قناة France24 في (النخب السياسية) و(النخب العسكرية) و(النخب الاقتصادية) و(النخب الصحفية) وتتفوق قناة France24 على قناة BBC في (نخب إعلامية) و(نخب رياضية) و(شهود العيان) و(مواطنون) و(منظمات حكومية) وتقارب النتائج بشكل كبير في (نخب أكاديمية) و(نخب دينية) و(نخب فنية وثقافية) و(ناشط حقوقي مدني).

كشفت النتائج أن النخب المعتمدة في التغطية متنوعة بالنسبة للقناتين وهذا شيء مطلوب وحتمي، وتفوق (النخب السياسية) يمكن ان يفسر بأن القناتين إخباريتين، ويغلب عليها الأخبار السياسية، والسياسيون هم محور الأخبار في النشرات الإخبارية وتتفوق في ذلك قناة BBC، وكذلك (النخب الأكاديمية)، والتي تمتلك

(1) - هيربرت سترنز، مرجع سابق، ص121، 138، 137.

القدرة على التحليل المنطقي، و(النخب العسكرية) كمصدر للتغطية خاصة مع كثرة اللزمات والنزاعات والحروب في العالم، والنخب الإعلامية لرصد ما وراء الأخبار وتتفوق في ذلك قناة France24.

2.1.1 تعدد المصادر في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

أكدت النتائج الكمية أن قناة France24 تتفوق على قناة BBC في الاعتماد في التغطية على مصدرين وعلى مصدر واحد، أما الاعتماد على ثلاثة مصادر فتتفوق قناة BBC على قناة France24، وتتفوق عليها أيضا في الاعتماد على أكثر من ثلاثة مصادر.

إن تعدد المصادر مطلوب في التغطية الإخبارية، حيث أثبتت الدراسات الإعلامية أن التعدد والتنوع في المصادر الإخبارية التي تستقي منها الوسيلة الإعلامية أخبارها ومعلوماتها يمثل تعددا وتنوعا في الأخبار التي ييثرها وعلى هذا الأساس أصبح نجاح الخدمة الإخبارية يقاس بمدى ما تملكه من مصادر إخبارية⁽¹⁾.

3.1.1 نوعية المصادر المعتمدة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

أظهرت النتائج الكمية أن قناة France24 تتفوق على قناة BBC فيما يخص نوعية المصادر المعتمدة في التغطية الإخبارية في (منظمات وهيئات الدولية) و(خبراء مختصون) و(شهود عيان) و(مواقع انترنت) و(ناشطون حقوقيون) و(مصادر حكومية) و(مصادر موثوقة) و(قنوات تلفزيونية اجنبية)، وتتفوق قناة BBC على قناة France24 في اعتماد المصادر الآتية في تغطيتها الإخبارية وهي: (المراسل) و(محللون سياسيون) و(لمواطن الصحفي) و(مراقبون) وتتقارب النتائج بشكل كبير في اعتماد المصادر الآتية: (فاعلون) و(الإذاعات) و(وكالات انباء إقليمية) و(قنوات تلفزيونية عربية) و(قنوات تلفزيونية اجنبية).

أظهرت النتائج أن التغطية الإخبارية في كلتا القناتين تعتمد على مصادر متنوعة، وتبرز أهمية هذه المصادر من خلال الحاجة اليها في حالة عدم توفر مصادر أخرى، وجاء المراسل أهم هذه المصادر التغطية هذا المراسل الذي بدوره له مصادره الخاصة، وهذا يعكس حرص القناتين خاصة قناة BBC على الحصول على المعلومة من مصادرها الأولية.

إن المصادر الإخبارية لها دورا كبيرا ومهما في توجيه وانتقاء واختيار الأخبار ونشرها وتحدد ذلك بدرجة كبيرة العلاقة بين المراسل والمصادر من جهة ومدى تأثير هذا الأخير على المادة الإخبارية، ومن

(1) - كرم شلي، مرجع سابق، ص 69.

جهة أخرى علاقة المراسل بسياسة المؤسسة الإعلامية، كما اعتمدت القناتين على المصادر الخارجية كوكالات الأنباء بأنواعها والقنوات التلفزيونية بأنواعها، وعلى النشطاء، والمراقبون، وعلى المحللون السياسيون، وشهود العيان، والصحفي المواطن هذا الأخير التي تشير الدراسات إلى تزايد دوره في جمع المعلومات عن الأحداث والقضايا ونشرها باستمرار.

4.1.1 نوعية المعلومات التي قدمتها مصادر التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

من خلال النتائج الكمية اتضح لدينا أنه فيما يخص نوعية المعلومات التي قدمتها المصادر تتفوق قناة BBC في (وقائع الأحداث) و(خلفيات مرتبطة بالأحداث)، وتتفوق قناة France24 في (تعليقات وتحليلات إخبارية) وتتقارب النسبة في القناتين في (تصريحات وبيانات).

تعتبر (وقائع الأحداث) هو النفل الحي للأحداث بالصوت والصورة، والتي تعطي حقيقة ما جرى وهو أهم مصدر تعتمد عليه التغطية الإخبارية، بالإضافة إلى (التصريحات والبيانات)، والتي هي جزء من الخبر واصحابها هم صناع الأخبار، أما (التعليقات والتحليلات) و(الخلفيات المرتبطة بالأخبار) فهي توضح وتفسر مجريات وما وراء الأخبار للمشاهدين، وهي مجال خصص للتأويل والتوجيه والتحريف من طرف المؤسسة الإعلامية.

من خلال النتائج السابقة الخاصة بدقة المعلومة ونوعية النخب كمصدر، وتعدد المصادر في التغطية، وتنوع هذه المصادر، ونوعية المعلومات التي قدمتها المصادر في التغطية للقنوات محل الدراسة اتضح ان قناة BBC وقناة France24 تلتزمان نسبيا بقاعدة الدقة المعلومة مع تفوق طفيف لقناة BBC.

2.1 وجود قاعدة دقة الصورة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

كشفت النتائج الكمية أن قناة BBC. تتفوق على قناة France24 في مؤشرات دقة الصورة فيما يخص (تعبير الصورة عن الخير) و(ذكر مصدر الصورة)، وتتفوق قناة France24 في عبارة (الحرص على الصوت الطبيعي) وعبارة (اقحام المؤثرات البصرية والصوتية).

ولتأكيد النتائج المتحصل عليها قامت الباحثة بحساب أيضا:

1.2.1 عناصر الإبراز المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

خلصت النتائج الكمية أن قناة France24 تتفوق على قناة BBC في عناصر الإبراز الاتية: (صور حية) و(صور ثابتة شخصية)، و(صور ثابتة)، و(خرائط ورسوم)، و(جرافيك) و(لوح الكتروني)، و(شريط

عاجل)، وتتفوق قناة BBC على قناة France24 في عناصر الإبراز الآتية: (عناوين مكتوبة عريضة)، و(مؤثرات صوتية)، و(مقاطع صوتية).

خلصت النتائج أن كلتا القناتين اعتمدتا على عناصر الإبراز المختلفة، والتي أصبحت من أساسيات النشرات الإخبارية، وخاصة (الصور الحية) مع تفوق قناة France24 على قناة BBC، مما يؤكد اعتماد قناة France24 على الصور الحية بشكل أساسي، وهذا ما يعطي أهمية كبرى للمادة المصورة، وتحقيق قدرا من الدقة التي يبحث عنها المشاهد، ويعكس وجود هذا المؤشر حرص واهتمام القناتين في تغطيتهما الإخبارية، وإثراء المادة الإخبارية بعنصر يضفي الحيوية والجاذبية على الأخبار المقدمة في النشرة.

خلصت النتائج إلى وجود قاعدة دقة الصورة في التغطية الإخبارية للقناتين تفوق بسيط لقناة France24 على قناة BBC

3.1 وجود قاعدة دقة اللغة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

أكدت النتائج الكمية أن كلتا القناتين اتفقتا على عبارة (اعتماد الكلمات الفضفاضة) في المرتبة الأولى مع تفوق لقناة France24 واتفقتا على عبارة (الدقة في الترجمة) في المرتبة الثانية مع تفوق لقناة France24، واتفقتا على العبارة (استعمال المفردات الصحيحة) في المرتبة الثالثة مع التفوق لقناة BBC، واختلفتا على عبارة (تجنب النعوت)، وعبارة (فصل المعلومة عن كلمات صاحب الرأي).

إن اعتماد الكلمات الفضفاضة من طرف القناتين في التغطية الإخبارية في المرتبة الأولى بنسبة 34,21% في قناة France24 ونسبة 33,99% في قناة BBC، من شأنه أن يجعل اللغة غير دقيقة بشكل كاف مما يحقق دقة اللغة نسبيا فقط.

أكدت النتائج السابقة الخاصة بقاعدة دقة المعلومة، وقاعدة دقة الصورة، وقاعدة دقة اللغة بوجود قاعدة الدقة الشاملة نسبيا في التغطية الإخبارية للقناتين مع تفوق بسيط لصالح قناة BBC ومنه قد أجبنا على التساؤل الرئيسي رقم: 1

2. وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

إن كلتا القناتين تسعى إلى تحقيق قدرا من هذه القاعدة، ويمكنها ذلك ببدل بعض جهد لهذا الغرض والنتائج الكمية تؤكد حصول عبارة (عبارة التنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر) على نسبة 25,11% في

قناة France24، وعبرة (إعطاء مساحات متساوية لمختلف الأطراف)، كان لها نسبة 26,43%، في قناة BBC مما يرجح الكفة مع فارق بسيط في الالتزام بهذه القاعدة إلى قناة BBC.

ولتأكيد النتائج المتحصل عليها قامت الباحثة بحساب أيضا:

1.2 كيفية عرض المعلومات المعتمدة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

أكدت النتائج الكمية أن قناة BBC تفوقت على قناة France24 في عبارة (عرض جانبي الموضوع) بفارق ملحوظ، وعبرة (أرقام واحصائيات وبيانات)، وعبرة (استشهاد بأدلة وشواهد ووقائع)، وتفوقت قناة France24 في عبارة (عرض وجهة نظر واحدة) بفارق بسيط، وأيضا في عبارة (استعمال الجوانب العاطفية) وعبرة (التهويل والمبالغة). ويمكن تفسير ذلك بأن قناة BBC أكثر توازنا في عرض المعلومات، وعدم الاقتصار على وجهة نظر واحدة في تغطيتها الإخبارية من قناة France24.

أكدت النتائج السابقة ان وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية نسبي مع فارق بسيط في الالتزام بهذه القاعدة إلى قناة BBC، ومنه قد أجبنا على تساؤل الدراسة التحليلية رقم 2:

وهي لا تتفق مع ما جاء في دراسة القنوات الاجنبية الناطقة بالعربية ودورها في معالجة قضايا الشرق الأوسط لعبد الله حسين حسن⁽¹⁾ أن التوازن محقق في قناة France24 من خلال منح الضيف الوقت الكافي بنسبة 72.5% والتوزيع العادل للوقت بين الضيوف بنسبة 21%، والانحياز لضيف معين بنسبة 6.6%، والتي عازها إلى الإدارة الجيدة التي تتمتع بها القناة التي تعمل على تحقيق التوازن في برامجها الحوارية الإخبارية.

وتتفق إلى حد ما مع ما جاء في دراسة العربي بوعمامة، فوزية عبو، الموضوعية والمصدقية في القنوات الفضائية الأجنبية، دراسة تحليلية لقضية محمد مراح من خلال قناة فرونس 24 الإخبارية 2015.⁽²⁾

والتي من نتائجها أن قناة فرونس 24 ابتعدت عن المصدقية والموضوعية والتوازن الإخباري فلم تتحرى بالمعايير المهنية في تغطيتها للحدث، والقناة ترجح الكفة إلى المسلمين على أنهم السبب وراء كل

(1) - عبد الله حسين حسن، القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية ودورها في معالجة قضايا الشرق الأوسط، مجلة أكاديمي، جامعة بغداد، العدد 99، السنة 2021، ص 32.

(2) - العربي بوعمامة، فوزية عبو، الموضوعية والمصدقية في القنوات الفضائية الأجنبية، مرجع سابق، ص 89_102

ما يحدث من أعمال إرهابية دون استضافة عائلة محمد مراح مثلاً وكل التقارير المقدمة في نشراتها الإخبارية كان دورها يتمحور في محاولة اقناع المشاهد بأن أي معلومة قدمت له خاصة بقضية محمد مراح كانت صحيحة ودقيقة.

3. وجود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

كشفت النتائج الكمية والنسب المئوية أن اقناة France24 تتفوق على قناة BBC في عبارة (استخدام الحلفيات لغرض التعريف واستكمال المادة الإخبارية) وفي عبارة (الاتساق مع السياق) وتتفوق قناة BBC على قناة France24 في عبارات (الإحاطة الكاملة بالموضوع) و(الإجابة عن الشقيقات الست)، ومنه أظهرت النتائج ان الالتزام بقاعدة الشمولية نسبي في التغطية الإخبارية لكلتا القناتين، مع تفوق بسيط لقناة BBC، ومنه قد أجبنا على التساؤل الرئيسي رقم: 3 من الدراسة التحليلية.

4. وجود قاعدة الحياد وعدم التحيز في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

أكدت النتائج الكمية أن قناة BBC أخذت نسبة أكبر في عبارة (الانتقائية والحذف الإخباري) بفارق ملموس وأخذت France24 نسبة أكبر في عبارة (استخدام عناصر الإبراز بتحيز) ونسبة أكبر لقناة France24 بفارق ملموس في عبارة (المحاباة في التغطية أو الرؤية أحادية الزاوية) وتقاربت النسبة في عبارة (عدم تناسب أهمية المادة مع مكانها، وحجمها ومع استخدام العناوين والصور والجرافيك)، أن النتائج تشير إلى هناك تحيز وعدم الحياد في القناتين وهو في قناة France24 أعلى نسبياً.

ولتأكيد النتائج المتحصل عليها قامت الباحثة بحساب أيضاً:

1.4 اتجاه الأخبار في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

خلصت النتائج الكمية ان قناة France24 تتفوق بفارق بسيط على قناة BBC في (سلي معارض)، وتتفوق قناة BBC بفارق بسيط على قناة France24 في عبارة (إيجابي مؤيد)، وتتفوق قناة BBC بفارق ملحوظ على قناة France24 في (محايد)، وتتفوق قناة France24 في عبارة (غير محدد) بفارق ملموس على قناة BBC.

ومنه فإن كل من قناة BBC وقناة France24 يغلب عليهما الاتجاه السلي المعارض في أخبار النشرات الإخبارية، وتحاولا أن تفرض شخصيات معارضة في الخبر لما تحتويه من إثارة وجذب لانتباه واهتمام الجمهور، وأن اتجاه الأخبار في قناة BBC أكثر حيادا منه في قناة France24.

2.4 القضايا المطروحة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

كشفت النتائج الكمية والنسب المئوية أن هناك فارق بين القناتين في المواضيع والقضايا التي أخذت اهتماما أكبر في التغطية الإخبارية، ففي الوقت التي اهتمت فيه قناة France24 في المراتب الأولى بقضايا (كورونا) و(أزمة لبنان) و(الصراع الفلسطيني الإسرائيلي) و(كأس أوروبا) و(الانتخابات التشريعية في الجزائر) و(الحرب في أفغانستان) و(الانتخابات الرئاسية في إيران)، كان اهتمام قناة BBC في المراتب الأولى ب (الحرب في أفغانستان) و(الوضع في العراق) و(الصراع الفلسطيني الإسرائيلي) و(أزمة سد النهضة) و(الفترة الانتقالية في السودان) و(الصراع في إثيوبيا) .

فكل قناة تهتم في تغطيتها الإخبارية بالقضايا التي تهتم الدولة الراعية والمالكة للقناة، وما يدور في فلك مصالحها، فالدولة الفرنسية تهتم كثيرا بالشأن اللبناني والجزائري والكيان الصهيوني وإيران، وبريطانيا تهتم هي أيضا بمستعمراتها القديمة في العراق وأفغانستان والسودان وإثيوبيا ووسد النهضة والكيان الصهيوني، وهذا يمكن أن نطلق عليه الانتقائية في التغطية، وهذا تتنافى مع القواعد المهنية، وخاصة قاعدة الحياد وعدم التحيز.

3.4 النطاق الجغرافي للقضايا المطروحة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

أوضحت النتائج الكمية والنسب المئوية أن هناك اتفاق بين القناتين في ترتيب النطاق الجغرافي للأخبار، حيث جاءت الأخبار الدولية ثم الأخبار العربية ثم الأخبار المحلية.

4.4 الشخصيات المحورية في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

كشفت النتائج الكمية أن كلتا القناتين اتفقتا على ترتيب الشخصيات المحورية في التغطية الإخبارية، ولكن تفوقت قناة BBC على قناة France24 بفارق ملحوظ في (الشخصيات الأجنبية)، وتفوقت عليها أيضا في (شخصيات عربية) بفارق ضئيل، وتفوقت قناة France24 في اعتماد (الشخصيات المحلية) بفارق ملموس.

5.4 سمات الشخصيات المحورية في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

خلصت النتائج الكمية والنسب المئوية ان كلتا القناتين اتفقتا على ترتيب سمات الشخصيات الواردة في الأخبار داخل النشرات الإخبارية واحتلت الشخصيات (المعارضة السلبية) الصدارة وعلى المرتبة الأولى بفارق بسيط لصالح قناة France24، والشخصيات (الإيجابية المؤيدة) بفارق ضئيل لصالح قناة France24، والمرتبة الثالثة للشخصيات (المحايدة) لصالح قناة BBC بفارق بسيط.

إن وجود الشخصيات المعارضة السلبية في الصدارة بالنسبة لكلتا القناتين يفسر باعتماد القناتين في تغطيتهما على انتقاء المصادر البشرية وفق اجندة معينة، وإعطاء مساحات غير متساوية، ونسبة حضور للشخصيات المعارضة دون غيرها، وإهمال حضور شخصيات إيجابية أو محايدة، وهنا يظهر تحيز مصادر الأخبار، عندما يوظف القائمون بالاتصال مصادر معينة للاستقاء المعلومات حول حدث ما في الوقت الذي يتجاهلون فيه مصادر أخرى،

6.4 الاستمالات المستخدمة في التغطية للقنوات (محل الدراسة)

أوضحت النتائج الكمية والنسب المئوية ان كلتا القناتين اتفقتا على ترتيب الاستمالات المستخدمة في التغطية الإخبارية، فجاءت الاستمالات العقلانية، ثم الاستمالات العاطفية، ثم المزج بينهما.

لقد اعتمدت كلتا القناتين على الاستمالات العقلية بالدرجة الأولى مع تفوق بسيط لصالح قناة BBC من خلال تقديم الحجج والشواهد المنطقية، والتي من شأنها ان تعزز صدق الرسالة من خلال الاستشهاد بالواقع والمصادر والأرقام والاحصائيات، وجاءت الاستمالات العاطفية بدرجة أقل في كلتا القناتين.

كشفت لنا النتائج السابقة هناك تحيز وعدم الحياد في القناتين وهو في قناة France24 أعلى نسبياً، وهذا يتفق إلى حد ما مع ما جاء في دراسة وهيبه حمودي، البعد الاستراتيجي للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، دراسة وصفية تحليلية لمضمون نشرة أخبار قناة بي بي سي العربية⁽¹⁾

(1) -وهيبه حمودي، البعد الاستراتيجي للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، دراسة وصفية تحليلية لمضمون نشرة أخبار قناة بي بي سي العربية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام، 2017. 1018_

حيث خلصت الدراسة أن قناة بي بي سي العربية استخدمت لغة مزدوجة في طرحها الإعلامي التي اتسمت بالحيادية فيما يتعلق بالقضايا التي لا تشكل أولوية كالأحداث في المغرب والشأن الداخلي العراقي، وانتقائية توجيهية بشأن القضايا ذات الأولوية كالأزمة السورية والملف التركي، وتراجع دور معايير التغطية الإخبارية الموضوعية ممثلة في التوازن، وغياب الاحكام الذاتية مقابل تفوق عنصري الدقة ونسب المعلومات إلى مصادرها. جاءت نسبة الدقة في المركز الأول بنسبة 48.77% وجاء عنصر نسب المعلومات إلى مصادرها في المركز الثاني بنسبة 36.02% أما معيار التوازن فجاء بنسبة 9.31% وهو مؤشر على وجود انحياز للقناة التي ترتب العناصر المشكلة لأولوياتها وفق نسق مدروس بدقة.

أظهرت النتائج التزام ضعيف ونسبي بقاعدة الحياد وعدم التحيز في القنوات، وهو في قناة France24 أعلى، ومنه فقد أجبننا على التساؤل الرئيس رقم 4 من الدراسة التحليلية.

5. وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

اظهرت النتائج الكمية والنسب المئوية أن ترتيب العبارات متقارب في القنوات، و أن العبارتين الأخيرتين متقاربتين في النسبة والترتيب، وان قناة BBC أخذت نسبة أكبر في عبارة (المحتوى محدد وواضع في ذكر الحقائق والأحداث والأشخاص)، وعبارة (الابتعاد عن المفاهيم والعبارات التي تحمل تعبيرات متعددة) وقناة France24 أخذت نسبة أكبر في عبارة (الإشارة بوضوح إلى تاريخ ومصدر الصورة والفيديوهات)، وعبارة (يشار إلى تاريخ المحتوى الأرشيفي)، وهذا يفسر بوجود نسبي لقاعدة الوضوح في القنوات وبصورة مقاربة وتكاد تكون متساوية .

ولتأكيد النتائج المتحصل عليها قامت الباحثة بحساب أيضا:

1.5 شكل تقديم أخبار النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

كشفت النتائج الكمية والنسب المئوية كلتا القنوات يستخدمان اشكالا متعددة في تقديم الخبر داخل النشرات الإخبارية وبنسب أحيانا مقاربة، وأحيانا متفاوتة، حيث تتفوق قناة France24 عن قناة BBC في شكل (مذيع + مادة علمية تسجيلية)، وشكل (مذيع+ضعيف)، وشكل (بث مباشر من موقع الحدث)، وشكل (مذيع +بث مباشر)، وشكل (حوار بين المذيع والمراسل) و(حوار عبر الأقمار الصناعية أو السكايب)، وتتفوق قناة BBC على قناة France24 في اشكال (مذيع + تقرير داخلي) و(مذيع+تقرير خارجي (مرسلون) و(مذيع + اتصال هاتفي) و(تقرير دون تعليق) هذا الأخير الذي تنفرد به قناة BBC وهو

من الأساليب الجديدة في تقديم التقارير الإخبارية، إن وجود بث مباشر من موقع الحدث ومراسلون في الميدان، وحوار مع شخصيات محورية عبر السكايب من شأنه أن يعطي المعلومة الصحيحة والجديدة

2.5 صيغ وقوالب تقديم الخبر في النشرات الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

أظهرت النتائج الكمية أن صيغ وقوالب تقديم الخبر في النشرات الإخبارية في القنوات تتنوع وتعدد بين التقارير الإخبارية والأخبار البسيطة والقصة الخبرية، وبين قوالب التي تحلل فيها الأخبار كالتحليل والحوار والتعليق، وهذا يدل على اهتمام النشرات في القنوات بإبراز أهمية الخبر وتفصيله.

كشفت النتائج أن وجود التقارير كأعلى نسبة في النشرات الإخبارية في كلتا القنوات بنسبة 51,93% في قناة BBC ونسبة 34,30% في قناة France24، وتنفوق قناة BBC على قناة France24 قد يعود من جهة إلى طول النشرة في قناة BBC، وأيضا إلى اهتمام وتركيز القناة على عرض تفاصيل الخبر من خلال المراسلين من مصدر الخبر.

من النتائج السابقة اتضح لدينا بوجود نسبي لقاعدة الوضوح في القنوات وبشكل متقارب بين قناة BBC وقناة France24، ومنه قد أجبننا على التساؤل الرئيسي رقم 5 في الدراسة التحليلية.

6. وجود قاعدة (النزاهة والأنصاف) في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

كشفت النتائج الكمية والنسب المئوية أن هناك تقارب كبير بين القنوات في معظم العبارات، وقد أخذت نفس المراتب، ومما يدل على وجود قاعدة الأنصاف والنزاهة بشكل نسبي النسبة الكبيرة التي أخذتها عبارة (الابتعاد عن السب والجرح وإلحاق الضرر بالأشخاص المعنيين في الأخبار)، وعبارة (الابتعاد عن تغيير ما قاله المصدر) التي أخذت نسبة لا بأس بها، وعبارة (الأمانة في نقل الحدث)، وعبارة (عدم نشر اتهامات دون أدلة واضحة).

ولتأكيد النتائج المتحصل قامت الباحثة بحساب أيضا:

1.6 القيم الإخبارية المتضمنة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

من خلال النتائج الكمية والنسب المئوية يتضح لدينا أن كلتا القنوات اتفقتا على المرتبة الأولى لقيمة (الحالية) مع تفوق ملموس لصالح قناة BBC، والمرتبة الثانية للقيمة (السلبية) مع تفوق ملموس لصالح قناة France24، بينما اختلف الترتيب بالنسبة لقيمة (الصراع) حيث جاءت في المرتبة الثالثة في قناة France24

والمرتبة الخامسة في قناة BBC مع تفوق ملحوظ لقناة France24، وبفارق ضئيل تفوقت قناة France24 على BBC في قيم (الأهمية) و(الشهرة) واتفقتا على المرتبة الأخيرة لقيمة (القرب).

في القناتين دليل على اعتماد كلتا القناتين على الأخبار السلبية والتركيز عليها في تغطيتها الإخبارية ان وجود قيمة (الحالية) في صدارة الترتيب في كلتا القناتين دليل على أنها تحظى بأهمية كبيرة لدى القنوات الإخبارية في الدول الغربية إذ تتسارع وتهافت هذه الوسائل من أجل الحصول على الخبر لحظة وقوعه ونشره مباشرة لما قد يحققه للوسيلة من أرباح مادية أو معنوية، ورغم أهمية هذه القيمة الإخبارية إلا أنا تعرضت لبعض الانتقادات كعدم توخي الدقة عند نقل الأخبار وعدم التأكد من المصادر بسبب السرعة في بث المعلومة لكسب السبق دون استكمال أهم الإجابات. ووجود قيمة (السلبية) في المرتبة الثانية،

ويؤكد الباحث سلمان صالح على "أن التركيز على الأخبار السلبية هو أحد أهم العوامل التي تؤدي إلى تشويه صورة دول العالم الثالث، حيث لا يُنقل عن هذه الدول في وسائل الإعلام الغربية سوى الأخبار السلبية مثل الكوارث والمجاعات والانقلابات وأحداث العنف والأخبار التي توشي بتخلف هذه الشعوب" (1).

إن وجود قيمة الصراع في المرتبة الثالثة في قناة France24 والمرتبة الخامسة في قناة BBC دليل على اهتمام قناة France24 بها وبدرجة أقل في قناة BBC في تغطيتها الإخبارية، ويشير الباحث سلمان صالح إلى أهمية هذه القيمة في الإعلام الغربي بقوله "تولى وسائل الإعلام الغربية قيمة الصراع أهمية كبيرة حيث تهتم بتغطية أحداث الصراع، الحروب، الخلافات، المظاهرات والاضطرابات مبررة بأن استخدام هذه القيمة الخبرية "يأتي استجابة لرغبات الإنسان وغرائزه ولتحقيق أهداف تجارية وتسويقية، قد يكون جزءاً من الحقيقة لكنه ليس الحقيقة كلها، وذلك أن هناك أهداف أيديولوجية رأسمالية غربية من وراء التركيز على الأخبار ذات الطبيعة الصراعية" (2).

إن وجود قيمة القرب في ذيل الترتيب دليل على ضعف الاهتمام بهذه القيمة مقارنة بالقيم الإخبارية الأخرى، ويمكن ان يفسر عدم الاهتمام بهذه القيمة ما قالت هبة السمري في دراستها المتعلقة بالنشرة الإخبارية باللغة الإنجليزية في التلفزيون المصري "أن هذه القيمة لا تعد بنفس درجة الأهمية في المجتمعات

(1) _سليمان صالح، مرجع سابق، ص 80، 81.

(2) _ المرجع نفسه، ص 87.

الغربية عنها في المجتمعات النامية، حيث أن الإعلام الغربي يهتم بالخبر الأكثر تأثيراً والأشد وقعا على المشاهد من الخبر الذي وقع في دولة أقرب فمثلاً من السهل أن نجد مقدمة نشرة أخبار في قناة أمريكية قصة إخبارية وقعت في باريس، بينما في القنوات العربية عادة ما تكون أخبار المقدمة ذات طابع محلي"⁽¹⁾.

2.6 الأطر المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

كشفت النتائج الكمية والنسب المئوية لترتيب الأطر الخبرية في التغطية للقناتين أن كلتا القناتين تتفق في ترتيب الأطر الأربعة الأولى، وهي الصراع والعنف، والاهتمامات الإنسانية، والتعاون، ثم يختلف الترتيب في أطر المسؤولية، والنتائج الاقتصادية، والإطار الاستراتيجي، ويتفقان على إطار المؤامرة الخارجية في المرتبة الأخيرة.

إن وجود إطار (الصراع) في الصدارة في كلتا القناتين مع تفوق ضئيل لصالح قناة BBC يؤكد حرص القناتان على إبراز الجوانب السلبية في مختلف أنحاء العالم، من خلال التركيز على الحروب والنزاعات لأنها تعتبرها أهم الأخبار، والأكثر مشاهدة، وتم توظيفه في الصراع في اليمن الصراع في سوريا، الصراع في العراق، الصراع في السودان، والصراع في ليبيا، والإطار الثاني هو إطار (العنف) وهو في الغالب مرتبط بالأحداث ما يسمى بالإرهاب مثل العنف في اليمن، والعنف في الجزائر، العنف في غزة، ثم إطار (الاهتمامات الإنسانية)، وتم توظيف هذا الإطار خاصة مع انتشار جائحة كورونا في كل أنحاء العام، والبحث عن اللقاح له، ثم إطار (التعاون)، وتم توظيفه في التعاون الدولي والعربي والإقليمي والتعاون الأوروبي خاصة مع جائحة كورونا، وبعده إطار (المسؤولية)، ومن أمثلة توظيفه هو تحميل إيران مسؤولية فشل الاتفاق النووي مع الوكالة الدولية للطاقة الذرية، وبعده إطار (النتائج الاقتصادية، وبعده (الإطار الاستراتيجي) وتم توظيفه في الانتخابات الفرنسية، والانتخابات التشريعية الجزائرية، والانتخابات الرئاسية الإيرانية والانتخابات الإسرائيلية، واتفقتا القناتين على المرتبة الأخيرة لإطار (المؤامرة الخارجية)، ونخلص إلى ما ذكره الباحث أحمد زكريا أحمد "أن التغطية المتحيزة تترادف إلى حد ما مع مفهوم التأطير"⁽²⁾ حيث يركز الصحفي على جانب معين من الخبر وقد يحذف بعض الوقائع أو يبالغ في بعضها أو يشوه بعض الوقائع"⁽³⁾.

(1) هبة السمري، مرجع سابق، ص 107-108.

(2) أحمد زكريا أحمد، الكتابة الصحفية الإخبارية وتأثيراتها، مرجع سابق، ص 113.

(3) ليلى عبد المجيد ومحمود علم الدين، مرجع سابق، ص 53.

ومن خلال ما سبق كشفت النتائج المتحصل عليها أن وجود قاعدة النزاهة والأنصاف في التغطية الإخبارية كان نسيا في كلتا القناتين وينسب تكاد تكون متقاربة، ومنه قد أجبنا على التساؤل الرئيسي رقم 6 في الدراسة التحليلية.

كشفت النتائج السابقة من الدراسة التحليلية عن وجود نسبي للقواعد المهنية في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة) مع تفوق بسيط لصالح قناة BBC،

2- نتائج الدراسة الميدانية:

1. عينة الدراسة من الأساتذة الجامعيين

المحور الأول: الخصائص العامة لأفراد العينة من الأساتذة الجامعيين

- أوضحت النتائج أن أعلى نسبة كانت الأساتذة جامعة الأمير عبد القادر العلوم الإسلامية بقسنطينة قسم الدعوة والإعلام والاتصال بـ 23,3%، ونسبة 16,7% لكل من جامعة قسنطينة صالح بوبنيدر، وجامعة باجي مختار عنابة، وجامعة محمد لمين دباغين سطيف 2.

- كشفت النتائج أن أغلب الأساتذة بالمؤسسة الجامعية هم من الفئة الإناث، حيث قد بلغت نسبتهم وهي أعلى نسبة قدرت بـ 83,3%، واحتلت فئة ذكور أضعف نسبة قدرت بـ 16,7%.

- بينت النتائج أن فئة أستاذ محاضر-أ حققت أعلى نسبة قدرت بـ 40% ثم فئة أستاذ محاضر-ب بنسبة 26,7%، وفئة بروفيسور (أ د) نسبة 16,7%، أما فئة أستاذ مساعد - ب نسبة 10%، وفئة أستاذ مساعد-أ 6,7%.

- كشفت النتائج أن عدد سنوات الخبرة من 10 إلى 20 سنة هي أعلى نسبة قدرت بـ 53,3%، أما من 5 إلى 10 سنوات قد بلغت نسبتهم 26,7%، وأقل من 5 سنوات وأكثر من 20 سنة أضعف نسبة قدرت بـ 10%.

المحور الثاني: متابعة أفراد العينة من الأساتذة الجامعيين للقنوات الأجنبية (محل الدراسة)

- أظهرت النتائج أن نسبة 63,3% من أساتذة الجامعات من العينة المدروسة يتابعون برامج القنوات الإخبارية دائماً، تلتها بعد ذلك فئة غالباً بنسبة 30%، في حين حققت فئة أحيانا نسبة 6,7%، وهي أضعف نسبة.

- بينت النتائج أن أهم المواد الإخبارية التي يحرص الأساتذة على متابعتها النشرات الإخبارية ب نسبة 25,9%، ثم التغطيات المباشرة نسبة 16,4%، والتحليلات الإخبارية نسبة 13,8%، وموجز الأخبار 12,1%.

- أوضحت النتائج أن أعلى نسبة كانت الأساتذة جامعة الأمير عبد القادر العلوم الإسلامية بقسنطينة قسم الدعوة والإعلام والاتصال بـ 23,3%، ونسبة 16,7% لكل من جامعة قسنطينة صالح بوبنيدر، وجامعة باجي مختار عنابة، وجامعة محمد لمين دباغين سطيف 2.

- كشفت النتائج أن أغلب الأساتذة بالمؤسسة الجامعية هم من الفئة الإناث، حيث قد بلغت نسبتهم وهي أعلى نسبة قدرت بـ 83,3%، واحتلت فئة ذكور أضعف نسبة قدرت بـ 16,7%.

- بينت النتائج أن فئة أستاذ محاضر-أ حققت أعلى نسبة قدرت بـ 40% ثم فئة أستاذ محاضر-ب بنسبة 26,7%، وفئة بروفييسور (أ د) نسبة 16,7%، أما فئة أستاذ مساعد - ب نسبة 10%، وفئة أستاذ مساعد-أ 6,7%.

- كشفت النتائج أن عدد سنوات الخبرة من 10 إلى 20 سنة هي أعلى نسبة قدرت بـ 53,3%، أما من 5 إلى 10 سنوات قد بلغت نسبتهم 26,7%، وأقل من 5 سنوات وأكثر من 20 سنة أضعف نسبة قدرت بـ 10%،

المحور الثاني: متابعة أفراد العينة من الأساتذة الجامعيين للقنوات الأجنبية (محل الدراسة)

- أظهرت النتائج أن نسبة 63,3% من أساتذة الجامعات من العينة المدروسة يتابعون برامج القنوات الإخبارية دائماً، تلتها بعد ذلك فئة غالباً بنسبة 30%، في حين حققت فئة أحيانا نسبة 6,7%، وهي أضعف نسبة.

- بينت النتائج أن أهم المواد الإخبارية التي يحرص الأساتذة على متابعتها النشرات الإخبارية ب نسبة 25,9%، ثم التغطيات المباشرة نسبة 16,4%، والتحليلات الإخبارية نسبة 13,8%، وموجز الأخبار 12,1%.

- أوضحت النتائج أن 53,3% من الأساتذة الجامعيين من عينة الدراسة يتابعون النشرات الإخبارية دائماً في قناة France24، ونسبة 43,3% يتابعون دائماً قناة BBC.

- بينت النتائج أن نسبة 40% من الأساتذة يتابعون نصف النشرات الإخبارية في قناة France24، أما الذين يتابعون النشرات الإخبارية كلها فيحققون نسبة مئوية 36,7%، ثم يأتي أساتذة الجامعات الذين يتابعون العناوين فقط بنسبة وهي أضعف نسبة قدرت بـ 23,3%.

- 43,3% من الأساتذة من عينة الدراسة يتابعون نصف النشرات الإخبارية في قنوات BBC، ثم الذين يتابعون العناوين فقط بنسبة قدرت ب 23,3%، ثم الذين يتابعون النشرات الإخبارية كلها فيحققون نسبة 23,3% وهي أضعف نسبة.

المحور الثالث: مدى اعتماد الأساتذة الجامعيين على التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

- بينت النتائج أن 70% من الأساتذة يعتمدون على النشرات الإخبارية بدرجة متوسطة في متابعة الأزمات، أما بالنسبة الذين يعتمدون على النشرات الإخبارية بدرجة كبيرة فيحققون نسبة مئوية 23,3%، ثم بدرجة منخفضة بنسبة 6,7% وهي أضعف نسبة.

- خلصت النتائج أن الأساتذة يفضلون متابعة الأزمات العالمية بنسبة 22,9%، بعدها القضايا الجزائرية بنسبة 21,4% والصراع العربي الإسرائيلي بنسبة 18,3%.

- كشفت النتائج أن 70% من الأساتذة عينة الدراسة أن المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية في قنوات France24 كافية، 16,7% يرون أنها غير كافية، أما نسبة 6,7% من الأساتذة يعتقدون أنها غير كافية تماماً، وكافية جداً.

- أكدت النتائج أن 63,3% من الأساتذة عينة الدراسة يرون أن المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية في قنوات BBC كافية، 23,3% يرون أنها غير كافية، 10% يعتبرون أنها كافية جداً، وغير كافية تماماً بنسبة 3,3% وهي أضعف نسبة.

- كشفت النتائج أن 46,7% من الأساتذة يثقون في تغطية القنوات الإخبارية في قناة France24 بدرجة قليلة، أما نسبة الأساتذة الجامعيين الذين يثقون في تغطية القنوات الإخبارية بدرجة متوسطة تقدر ب 26,7%، أما نسبة 23,3% من أساتذة الجامعات يثقون فيها بدرجة كبيرة جداً أما نسبة 3,3% لا يثقون فيها، وهي أضعف نسبة.

- كشفت النتائج أن 40% من الأساتذة يثقون في التغطية الإخبارية في قناة BBC بدرجة قليلة، أما نسبة الأساتذة الذين يثقون في التغطية الإخبارية بدرجة متوسطة تقدر ب 36,7%، أما نسبة 13,3% من الأساتذة يثقون فيها بدرجة كبيرة جداً، ونسبة 10% لا يثقون فيها وهي أضعف نسبة.

1. عينة الدراسة من الصحفيين

المحور الأول: الخصائص العامة لأفراد العينة من الصحفيين

- خلّصت النتائج إلى أن الصحفيون منقسمون إلى ثلاثة أجزاء متساوية، يعادل كل منها 33,3%، أي 10 أفراد لكل مؤسسة إعلامية (الإخبارية الجزائرية، البلاد والنهار) .

- أوضحت النتائج أن أفراد العينة الخاصة بالصحفيين منقسمون إلى قسمين متساويين بين الإناث والذكور، يعادل كل منهما نسبة تقدر ب 50%، أي 15 فرد لكل فئة.

- كشفت النتائج أن أغلب أفراد العينة الخاصة بجمهور الصحفيين هم من الفئة المتوسطة الأقدمية في العمل، خمسة إلى 10 سنوات وهي أعلى نسبة قدرت ب 36,66%، ومن سنة إلى 5 سنوات قد بلغت نسبتهم 33,33%، وفئة الخبرة التي تزيد عن عشر سنوات تمثل النسبة المئوية 23.33%، واحتلت الخبرة أقل من سنة أضعف نسبة قدرت ب 6,66%.

- أظهرت النتائج أن فئة الذين يشغلون منصب صحفي احتلت أعلى نسبة بقيمة 83,33%، في حين حقق منصب صحفي مترجم نسبة 6,66%، أما باقي المراكز الوظيفية فقد حققت نسبة 3,33%، في مسؤول الأرشيف، في سكرتير التحرير ومبرمج يوتيوب .

- أشارت النتائج إلى أن فئة المتحصلين على شهادة جامعية هم أعلى فئة بلغت نسبتهم 60%، تلتها فئة دراسات عليا بنسبة 33,33%، وفئة الدكتوراه التي حققت نسبة 6,66%.

المحور الثاني: متابعة أفراد العينة من الصحفيين للتغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

- أظهرت النتائج أن 33,3% من الصحفيين من عينة الدراسة يتابعون النشرات الإخبارية غالبا، تلتها فئة دائما وأحيانا بنسبة 30%، في حين حققت فئة أبداً نسبة 6,7%، وهي أضعف نسبة.

- بينت النتائج أن أهم المواد الإخبارية التي يحرص الصحفيون على متابعتها قد كان من نصيب النشرات الإخبارية بنسبة 28,23%، ثم التحليلات الإخبارية بنسبة 16,47% والتقارير الإخبارية بنسبة 16,47% في حين حققت عناوين الأخبار نسبة 15,29%.

- كشفت النتائج أن 50% من الصحفيين عينة الدراسة يتابعون نصف النشرات الإخبارية في قناة France24، والصحفيون الذين يتابعون العناوين فقط فيحققون نسبة مئوية 36,7%، ثم الصحفيون الذين يتابعون النشرات الإخبارية كلها بنسبة 23,3% وهي أضعف نسبة.

و 56,7% من عينة الدراسة يتابعون نصف النشرات الإخبارية في قناة BBC، ثم يأتي الصحفيون الذين يتابعون العناوين فقط بنسبة 33,3%، ما يتعلق بالصحفيين الذين يتابعون النشرات الإخبارية كلها فيحققون نسبة 10% وهي أضعف نسبة،

- أشارت النتائج أن 40% من الصحفيين من عينة الدراسة يتابعون النشرات الإخبارية غالباً في قناة France24، ثم فئة أحياناً بنسبة 33,3%، في حين حققت فئة نادراً وأبداً نسبة 10%، واحتلت دائماً أضعف نسبة قدرت ب 6,6%.

وأن 40% من الصحفيين من العينة المدروسة يتابعون النشرات الإخبارية دائماً في قناة BBC، ثم فئة غالباً ونادراً بنسبة 20%، في حين حققت فئة أبداً نسبة 13,3%، واحتلت دائماً أضعف نسبة قدرت ب 6,7%.

المحور الثالث: مدى اعتماد الصحفيين على التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

- أظهرت النتائج أن 50% من الصحفيين يعتمدون على النشرات الإخبارية بدرجة متوسطة في متابعة الأزمات أما بالنسبة للصحفيين الذين يعتمدون على النشرات الإخبارية بدرجة كبيرة في متابعة الأزمات فيحققون نسبة مئوية 43,3%، ثم الذين يعتمدون على النشرات الإخبارية بدرجة منخفضة بنسبة 6,7%

- أوضحت النتائج أن 23,25% من الصحفيين يفضلون متابعة قضايا جزائرية في القنوات الإخبارية محل الدراسة، تلتها بعد ذلك الصراع العربي الإسرائيلي بنسبة 22,09%، في حين حققت الأزمات العالمية نسبة 20.93%.

- خلصت النتائج إلى أن 63,3% من الصحفيين اللذين يرون أن المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية في قناة France24 كافية، والذين يرون أنها غير كافية تقدر نسبتهم ب 26,7%، أما نسبة 10% من الصحفيين يعتقدون أنها كافية جداً.

وتبين النتائج أن 60% من الصحفيين من العينة يرون أن المعلومات لفهم أبعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية في قنوات BBC كافية، والذين يرون أنها غير كافية قدرت نسبتهم ب 30%، أما الذين يعتبرون أنها كافية جدا نسبتهم 10% وهي أضعف نسبة.

- كشفت النتائج أن 50% من عينة الدراسة من الصحفيين يثقون في تغطية القنوات الإخبارية في قناة France24 بدرجة متوسطة، والذين يثقون في التغطية الإخبارية بدرجة كبيرة جداً تقدر ب 23,3%، أما نسبة 20% منهم يثقون فيها بدرجة قليلة، أما نسبة 6,7% لا يثقون فيها وهي أضعف نسبة.

وحسب النتائج 56,7% من الصحفيين من عينة الدراسة أنهم يثقون في تغطية القنوات الإخبارية في قناة BBC بدرجة متوسطة، والذين يثقون في التغطية بدرجة قليلة تقدر ب 23,3%، أما نسبة 13,3% من الصحفيين يثقون فيها بدرجة كبيرة أما نسبة 6,7% لا يثقون فيها وهي أضعف نسبة.

3- مناقشة وتحليل فرضيات الدراسة:

1. الفرضية الرئيسية الأولى

وجود قاعدة الدقة الشاملة في التغطية الإخبارية لقناتي (BBC و France24) حسب رأي الأساتذة والصحفيين.

1.1 الفرضية الفرعية الأولى وفروعها H11:

1.1.1 الفرضية الجزئية الأولى H111:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

توجد قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية في التغطية الإخبارية للقناتين حسب رأي (الأساتذة والصحفيين).

كشفت النتائج على أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أنه:

توجد قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

كشفت النتائج على أن هناك اتفاق من طرف العينة المدروسة على أن:

وجود قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

ومنه فإن من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الجزئية الأولى التي تقرر

بوجود اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة الدقة في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الأساتذة الجامعيين والصحفيين.

1. 1.2 الفرضية الجزئية الثانية H112:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الأساتذة الجامعيين والصحفيين.

كشفت النتائج أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أنه

توجد قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

كشفت النتائج أن هناك اتفاق من طرف العينة المدروسة على أنه

توجد قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية في قناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الصيغة الجزئية الثانية التي تقرر:

هناك اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الأساتذة الجامعيين والصحفيين.

1. 1.3 الفرضية الجزئية الثالثة H113:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة دقة الصورة في التغطية الإخبارية (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

أظهرت النتائج أن هناك اتفاق من طرف العينة المدروسة على أنه:

توجد قاعدة دقة الصورة في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

كشفت النتائج أن هناك اتفاق من طرف العينة المدروسة على أنه:

توجد قاعدة دقة الصورة في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الصفية الجزئية الثانية التي تقرر من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الصفية الجزئية الثانية التي تقرر

هناك اتفاق على الالتزام بقاعدة دقة الصورة في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC وFrance24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

1. 1.4 الفرضية الجزئية الرابعة H114:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة دقة اللغة في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC وFrance24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

كشفت النتائج أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على:

وجود قاعدة دقة اللغة في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

كشفت النتائج أن هناك اتفاق بدرجة متوسطة من طرف العينة المدروسة على:

وجود قاعدة دقة اللغة في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الصفية الجزئية الرابعة التي تقرر:

هناك اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة دقة اللغة في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC وFrance24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

أظهرت النتائج أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أن:

توجد قاعدة الدقة الشاملة في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

كشفت النتائج أن هناك اتفاق من طرف العينة المدروسة على أنه:

توجد قاعدة الدقة الشاملة في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الصفية الفرعية الأولى التي تقرر:

هناك اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة الدقة الشاملة في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC وFrance24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

2. الفرضية الفرعية الثانية H2:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (BBC وFrance24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

كشفت النتائج أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أن:

توجد قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

أظهرت النتائج أن هناك اتفاق بدرجة متوسطة من طرف العينة المدروسة على أن:

يوجد قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الفرعية الثانية التي تقرر:

هناك اتفاق متوسط على الالتزام بقاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (BBC وFrance24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

3. الفرضية الفرعية الثالثة H3:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة (الشمولية والتكامل) في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة بالعربية (BBC وFrance24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

كشفت النتائج أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أنه:

توجد قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

كشفت النتائج هناك اتفاق من طرف العينة المدروسة على أن:

توجد قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الفرعية الثالثة التي تقر:

هناك اتفاق متوسط على وجود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

4. الفرضية الفرعية الرابعة H4 :

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

كشفت النتائج أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على:

وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية France24 حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

كشفت النتائج أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على:

وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الفرعية الرابعة التي تقر:

هناك اتفاق متوسط على وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

5. الفرضية الفرعية الخامسة H5 :

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و France24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

أكدت النتائج أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على:

وجود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

أكدت النتائج أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على:

وجود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الفرعية الخامسة التي تقر:

هناك اتفاق متوسط على وجود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC وFrance24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

6. الفرضية الفرعية السادسة H6:

تنص هذه الفرضية على ما يلي:

وجود قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC وFrance24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

أكدت النتائج أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أن:

توجد قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية لقناة France24 حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

أكدت النتائج أن هناك اتفاق متوسط من طرف العينة المدروسة على أن:

توجد قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الاختبارية BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة

من خلال ما سبق وبعد التأكد من صحة الفرضية الفرعية السادسة التي تقر:

هناك اتفاق متوسط على وجود قاعدة (الانصاف والنزاهة) في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC وFrance24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

كشفت النتائج على أن هناك اتفاق متوسط من طرف عينة الدراسة من الأساتذة الجامعيين والصحفيين على وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية لقناة BBC حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

هناك اتفاق متوسط على وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC وFrance24) حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة، ووجودها بصورة متوسطة مع تفوق نسبي لصالح قناة BBC.

2. الفرضية الرئيسية الثانية H 2

تنص هذه الفرضية على مايلي:

توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تبني القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة بالعربية تعزى لنوع القناة BBC و France24 حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

كشفت النتائج أنها حققت مستوى دلالة 0.196 إذ أنه أكبر من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، ما يجعلنا نقبل لفرضية الصفرية أي عدم وجود فروقات بمعنى

لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تبني القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الناطقة بالعربية تعزى لنوع القناة BBC و France24 حسب رأي عينة الدراسة من الصحفيين والأساتذة.

أي أن القواعد المهنية توجد بصورة متوسطة في القناتين (BBC و france24) حسب رأي الأساتذة الجامعيين والصحفيين مع تفوق نسبي لقناة BBC..

3. الفرضية الرئيسية الثالثة H 3

كشفت النتائج أنها حققت مستوى دلالة 0.00 إذ أنه أقل من مستوى الدلالة المعتمد 0.05، ما يجعلنا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة أي

توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 في تبني القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقناتين (BBC و France24) تعزى لتخصص المبحوثين (الصحفيين والأساتذة)

4- أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

1. أوجه الاتفاق:

-تتفق الدراسة الحالية مع دراسة موسى سالم الكساسبة، المعالجة الإخبارية للزامة السورية في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية في المصادر المعتمدة في التغطية الإخبارية في قناة France24 في الاعتماد على المراسلين في قناة France24 بنسبة 20% والدراسة الحالية بنسبة 19,32%

-اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة وهيبه حمودي، البعد الاستراتيجي للقنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية، دراسة وصفية تحليلية لمضمون نشرة أخبار قناة بي بي سي العربية حيث استخدمت قناة BBC العربية لغة مزدوجة في طرحها الإعلامي اتسمت بالحيادية فيما يتعلق بالقضايا التي لا تشكل أولوية كالأحداث في المغرب والشأن الداخلي العراقي وانتقائية توجيهية بشأن القضايا ذات الأولوية كالأزمة السورية والملف التركي.

-اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة وهيبه حمودي فيما يخص توافق الخطاب التحريري للقناة مع موقف السياسة الخارجية البريطانية

-تتفق إلى حد ما الدراسة الحالية مع دراسة وهيبه حمودي حيث جاءت نسبة الدقة في المركز الأول بنسبة 48.77% وجاء عنصر نسب المعلومات إلى مصادرها في المركز الثاني بنسبة 36.02%، أما معيار التوازن فجاء بنسبة 9.31% وهو مؤشر على وجود انحياز للقناة التي ترتب العناصر المشكلة لأولوياتها وفق نسق مدروس بدقة.

-تتفق الدراسة الحالية مع دراسة عبد الله الوزان -أياد الدليمي، مصداقية القنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية لدى الشباب الجامعي العراقي والسعودي، أن أكثر القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية لدى الشباب فهي على التوالي المرتبة الأولى BBC بنسبة 32.5% ثم قناة روسيا اليوم بنسبة 30.0% ثم قناة الحرة الأمريكية بنسبة 17.5% ثم قناة فرونس 24 الفرنسية بنسبة 12.5%.

-تتفق إلى حد ما مع دراسة خالد أحمد عبد الجواد، مصداقية القنوات الإخبارية العربية والموجهة في تناول القضايا الخليجية كما يراها الجمهور الإماراتي، حيث ارتفعت ثقة طلبة قسم الإعلام الإماراتي

في قناة BBC التي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 62.22%.

-تتفق إلى حد ما الدراسة الحالية مع دراسة العربي بوعمامة، فوزية عبو، الموضوعية والمصادقية في القنوات الفضائية الأجنبية، دراسة تحليلية لقضية محمد مراح من خلال قناة فرونس 24 الإخبارية حيث جاء فيها ان قناة France24 ابتعدت عن المصادقية والموضوعية والتوازن الإخباري فلم تتحرى بالمعايير المهنية في تغطيتها للحدث.

-تتفق الدراسة الحالية مع دراسة بسنت مرادفهمي حسن، تحليل القضايا العربية بالخطاب الأوروبي الموجه باللغة العربية BBC وروسيا اليوم وتدش فليه DW بالنسبة لعنصر التوازن في عرض القضية جاء عرض وجهات نظر أطراف الصراع المختلفة بقناة BBC بنسبة 42.3%.

- تتفق الدراسة الحالية مع دراسة بسنت مرادفهمي حسن ان قناة BBC تعمل على توصيل سياسة حكومتها بشكل غير مباشر، بالإضافة إلى ذلك تتبع قناة BBC سياسة التمويل أو تشتيت الانتباه، وذلك بعرض الجانب الذي تؤيده في الصراع وتشتيت الانتباه عن وجود الطرف الآخر في الصراع.

— تتفق إلى حد ما الدراسة الحالية مع دراسة سلام عبد المهدي كريم الجبوري، دور قناتي الحرة وBBC الفضائيتين الناطقتين باللغة العربية في اثاره الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في الأردن والأممات دراسة مقارنة، أن نسبة استخدام المعايير المهنية في قناة BBC بلغت 75.65%، ويلاحظ أن المعايير التي تعتمد عليها القنوات الفضائية، ومنها BBC لا تلتزم بهذه المعايير المهنية، وإنما تعتمد معايير بما ينسجم مع سياسية القناة أو المؤسسة الإعلامية.

— تتفق الدراسة الحالية مع دراسة رانا إيهاب، اتجاهات النخبة الإعلامية نحو معالجة القنوات الإخبارية الدولية الموجهة لقضايا الدول العربية“ حول تباين استجابة العينة بشأن التزام القنوات الإخبارية الموجهة لمعايير المهنية كالحيد والدقة والموضوعية في معالجتها للقضايا العربية، فريق يرى أن القنوات الموجهة تحاول الالتزام بالحيد قدر الإمكان، وأنه يوجد التزام بالمعايير المهنية إلى حد كبير، وذلك في تحري الدقة وموضوعية العرض مما يجعلها من القنوات الأكثر مشاهدة ومتابعة لدى الشعوب العربية خاصة النخبة وقاعدة المثقفين، ولكن فريق آخر يجد أنها تحاول أن تبدو مهنية، ولكنها في النهاية فهي

قنوات موجهة تخدم سياسات الدول الممولة لها، ويرى فريق ثالث ان كلمة الحياد ليست واقعية من الأساس، ويتمثل مقياس تقييم مدى موضوعية القناة الإخبارية في عرض أكثر من خبر يتعلق بنفس الحدث أو عرض أكثر من تغطية لنفس الحدث بالصوت والصورة، أو إجراء مقابلات مع النخبة أو الخبراء في مجال تفسير ما وراء الحدث مما يتيح الرأي والرأي الآخر.

— تتفق الدراسة الحالية مع دراسة رانا إيها، اتجاهات النخبة الإعلامية نحو معالجة القنوات الإخبارية الدولية الموجهة لقضايا الدول العربية، حول درجة ثقة النخبة الإعلامية في معالجة القنوات الأجنبية الإخبارية الموجهة أخذت قناة فروس 24 درجة متوسطة.

2. أوجه الاختلاف:

— لا تتفق معها في الصور الحية كانت أكثر عناصر الإبراز التي استخدمها قناة France24 56%، والدراسة الحالية 19.21%.

— لا تتفق الدراسة الحالية مع دراسة موسى سالم الكساسبة اختلاف حول التوازن في عرض وجهات النظر حول الازمة السورية في قناة France24، حيث بلغت 65% في عرض وجهتي النظر في فروس 24، وبلغت في الدراسة الحالية 21.94%.

— لا تتفق الدراسة الحالية مع دراسة رشدي الغزاوي أن اغلب أفراد العينة يشاهدون القنوات الفضائية الإخبارية بصورة مستمرة دائماً. بينما في الدراسة الحالية 40% أفراد العينة من الصحفيين يشاهدونها أحياناً.

— لا تتفق الدراسة الحالية مع دراسة رشدي الغزاوي أن القنوات الإخبارية أنها تعتمد الوضوح 73.66% والسرعة في نقل الأحداث بنسبة 71.1%، والدقة في نقل المعلومة 70.8% والتوازن في عرض جوانب الحدث 68.6%، في حين جاءت المراتب الثلاث الأخيرة معايير الحياد في عرض المواد الإخبارية، ومعالجة القضايا والأحداث بتجرد، والعمل من أجل الصالح العام. فهذه القيم تعتبر عالية

— لا تتفق إلى حد ما الدراسة الحالي مع دراسة بسنت مرادفهمي حسن في الدراسة الميدانية أن قناة BBC جاءت على راس القنوات الثالث التي حظيت بنسبة تقييم مرتفع للمصداقية 76.6% من طرف الصفوة المصرية السياسية والإعلامية الأكاديمية.

5- نتائج الدراسة في ضوء المقاربات النظرية

ترتبط وتتداخل نتائج الدراسة بين هاته النظريات الأربع، حيث أن القائم بالاتصال يحدد القضايا والمواضيع التي يشاهدها الجمهور، فإن الأجندة ترتبها حسب الأهمية انطلاقا من فلسفة وأيديولوجية الوسيلة، ونظرية الأطر تضعها في إطارها المناسب حتى توجه الجمهور ليس فقط بشأن ما يجب التفكير فيه، ولكن أيضا بكيفية التفكير فيه، و المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام يقوم على مبدأ حيوي وهو التزام وسائل الإعلام بالقواعد المهنية المتعارف عليها كالدقة والحياد وعدم التحيز والنزاهة والتوازن. والتكامل والشمولية، مع مراعاة ثقافة المجتمع ومعتقداته، إضافة لقيامها بوظائف تتصل بتلبية حاجات المجتمع.

1- نظرية المسؤولية الاجتماعية

- خلصت الدراسة التحليلية والميدانية على التزام نسبي من طرف القنوات محل الدراسة بالقواعد المهنية في تغطيتها الإخبارية، وهذا يعكس التزام نسبي للقائم بالاتصال في القنوات بالقواعد المهنية في التغطية الإخبارية، لأن نظرية المسؤولية الاجتماعية تحدد الوظائف والأدوار التي ينبغي أن تقدمها وسائل الإعلام للمجتمع وتحدد القيم والقواعد الأساسية للأداء الإعلامي، وتحتم على الصحفي أو القائم بالاتصال أن يبنى أخلاقيات نشاطه من منطلق المسؤولية أمام نفسه وأمام وسيلته الإعلامية وأمام مصادره وأمام القانون والجمهور وغيرها.

2- نظرية حارس البوابة

كشفت الدراسة التحليلية

- أكدت النتائج الكمية أن قناة BBC تفوقت على قناة France24 في عبارة (عرض جانبي الموضوع) بفارق ملحوظ، وعبارة (أرقام وإحصائيات وبيانات)، وعبارة (استشهاد بأدلة وشواهد ووقائع)، وتفوقت قناة France24 في عبارة (عرض وجهة نظر واحدة) بفارق بسيط، وأيضا في عبارة (استعمال الجوانب العاطفية) وعبارة (التهويل والمبالغة).

- كشفت النتائج أن وجود التقارير كأعلى نسبة في النشرات الإخبارية في كلتا القنوات بنسبة 51,93% في قناة BBC ونسبة 34,30% في قناة France24، وتفوقت قناة BBC على قناة France24 قد يعود من جهة إلى طول النشرة في قناة BBC، وأيضا إلى اهتمام وتركيز القناة على عرض

تفاصيل الخبر من خلال المراسلين من مصدر الخبر.

- كشفت النتائج الكمية والنسب المئوية كلتا القناتين يستخدمان أشكالاً متعددة في تقديم الخبر داخل النشرات الإخبارية وينسب أحياناً مقاربة، وأحياناً متفاوتة، حيث تتفوق قناة France24 عن قناة BBC في شكل (مذيع + مادة علمية تسجيلية)، وشكل (مذيع+ضيف)، وشكل (بث مباشر من موقع الحدث)، وشكل (مذيع +بث مباشر)، وشكل (حوار بين المذيع والمراسل) و(حوار عبر الأقمار الصناعية أو السكايب)، وتتفوق قناة BBC على قناة France24 في أشكال (مذيع+ تقرير داخلي) و(مذيع+تقرير خارجي (مرسلون) و(مذيع+ اتصال هاتفي) و(تقرير دون تعليق) هذا الأخير الذي تنفرد به قناة BBC وهو من الأساليب الجديدة في تقديم التقارير الإخبارية،

- إن انتقاء الأخبار في القناتين يخضع لحارس البوابة في القناتين فنجد أن وجود قيمة (الحالية) في صدارة الترتيب في كلتا القناتين دليل على أنها تحظى بأهمية كبيرة لدى القنوات الإخبارية في الدول الغربية إذ تتسارع وتتهافت هذه الوسائل من أجل الحصول على الخبر لحظة وقوعه ونشره مباشرة لما قد يحققه للوسيلة من أرباح مادية أو معنوية، ورغم أهمية هذه القيمة الإخبارية إلا أنها تعرضت لبعض الانتقادات لعدم توخي الدقة عند نقل الأخبار وعدم التأكد من المصادر بسبب السرعة في بث المعلومة لكسب سبق دون استكمال أهم الإجابات. ووجود قيمة (السلبية) في المرتبة الثانية

3- نظرية الأجندة (ترتيب الأولويات)

هناك تداخل بين نتائج نظرية الأجندة ونتائج نظرية حارس البوابة، لأن نظرية الأجندة هي تطور لنظرية حارس البوابة.

كشفت الدراسة التحليلية

-أكدت النتائج الكمية أن قناة France24 تتفوق على قناة BBC في الاعتماد في التغطية على مصدرين وعلى مصدر واحد، أما الاعتماد على ثلاثة مصادر فتتفوق قناة BBC على قناة France24، وتتفوق عليها أيضاً في الاعتماد على أكثر من ثلاثة مصادر.

-أظهرت النتائج أن التغطية الإخبارية في كلتا القناتين تعتمد على مصادر متنوعة، وتبرز أهمية هذه المصادر من خلال الحاجة إليها في حالة عدم توفر مصادر أخرى، وجاء المراسل أهم هذه المصادر التغطية هذا المراسل الذي بدوره له مصادره الخاصة، وهذا يعكس حرص القناتين خاصة قناة BBC على الحصول على المعلومة من مصادرها الأولية.

- كشفت النتائج أن النخب المعتمدة في التغطية متنوعة بالنسبة للقناتين وهذا شيء مطلوب وحتمي، وتنفوق (النخب السياسية) يمكن أن يفسر بأن القناتين إخباريتين، ويغلب عليها الأخبار السياسية، والسياسيون هم محور الأخبار في النشرات الإخبارية وتنفوق في ذلك قناة BBC، وكذلك (النخب الأكاديمية)، والتي تمتلك القدرة على التحليل المنطقي، و(النخب العسكرية) كمصدر للتغطية خاصة مع كثرة اللزمات والنزاعات والحروب في العالم، والنخب الإعلامية لرصد ما وراء الأخبار وتنفوق في ذلك قناة France24.

- كشفت النتائج أن كل من قناة BBC وقناة France24 يغلب عليهما الاتجاه السلبي المعارض في أخبار النشرات الإخبارية، وتحاولا أن تفرضوا شخصيات معارضة في الخبر لما تحتويه من إثارة وجذب الانتباه واهتمام الجمهور، وأن اتجاه الأخبار في قناة BBC أكثر حياداً منه في قناة France24 -أوضحت النتائج أن كل قناة تهتم في تغطيتها الإخبارية بالقضايا التي تهتم الدولة الراعية والمالكة للقناة، وما يدور في فلك مصالحها، فالدولة الفرنسية تهتم كثيراً بالشأن اللبناني والجزائري والكيان الصهيوني وإيران، وبريطانيا تهتم هي أيضاً بمستعمراتها القديمة في العراق وأفغانستان والسودان وإثيوبيا ووسد النهضة والكيان الصهيوني، وهذا يمكن أن نطلق عليه الانتقائية في التغطية،

- كشفت النتائج أن وجود الشخصيات المعارضة السلبية في الصدارة بالنسبة لكلتا القناتين يفسر باعتماد القناتين في تغطيتهما على انتقاء المصادر البشرية وفق أجندة معينة، وإعطاء مساحات غير متساوية، ونسبة حضور للشخصيات المعارضة دون غيرها، وإهمال حضور شخصيات إيجابية أو محايدة، وهنا يظهر تحيز مصادر الأخبار، عندما يوظف القائمون بالاتصال مصادر معينة للاستقاء المعلومات حول حدث ما في الوقت الذي يتجاهلون فيه مصادر أخرى.

4 -نظرية الأطر الإخبارية

إن كلتا القناتين عملت على وضع الأخبار والأحداث في إطار معين من حيث اللغة والصياغة والتركيز على عنصر معين حتى يصبح مهماً بما يتماشى وسياستها التحريرية، حيث كشفت النتائج الكمية والنسب المئوية لترتيب الأطر الخبرية في التغطية للقناتين إن كلتا القناتين تتفق في ترتيب الأطر الأربعة الأولى، وهي

الصراع والعنف، والاهتمامات الإنسانية، والتعاون، ثم يختلف الترتيب في أطر المسؤولية، والنتائج الاقتصادية، والإطار الاستراتيجي، ويتفقان على إطار المؤامرة الخارجية في المرتبة الأخيرة.

إن وجود إطار (الصراع) في الصدارة في كلتا القناتين مع تفوق ضئيل لصالح قناة BBC يؤكد حرص القناتان على إبراز الجوانب السلبية في مختلف أنحاء العالم، من خلال التركيز على الحروب والنزاعات لأنها تعتبرها أهم الأخبار، والأكثر مشاهدة، وهذا هو أصل التحيز وعدم الحياد.

خاتمة

خاتمة

ليس من السهل تقييم التزام القنوات التلفزيونية الاخبارية الأجنبية الناطقة باللغة العربية بالقواعد المهنية في تغطيتها الإخبارية والجزم بتطبيقها لهذه القواعد أم لا بشكل دقيق وموضوعي، خاصة قناتا (France24 وBBC)، فهما من أشهر القنوات التلفزيونية الإخبارية الأجنبية الناطقة باللغة العربية، والتي لها خبرة في مجال العمل الإخباري، ولها جمهور واسع، وتملك من الاحترافية ما يمكنها من الحفاظ على مكانتها لدى جمهورها بطريقة تمكنها من الظهور كوسيلة إعلامية ليس لها اتجاه مسبق إزاء القضايا المختلفة، وذلك بتجنب الانتهاك العلني للقواعد المهنية للعمل الاخباري التي تحظر الانحياز وعدم التوازن في التغطية الإخبارية. وهنا يظهر دور الباحث العلمي في التقصي والبحث، فجاءت هذه الدراسة الحالية لمعرفة مدى التزام هذه القنوات بالقواعد المهنية، كالحيداد، وعدم التحيز والدقة والوضوح، والشمولية والتكامل والنزاهة والتوازن، وقد خلُصت الدراسة التحليلية والميدانية إلى نتائج مقارنة ومتكاملة، وقد تمكنت الدراسة من الإجابة على كل تساؤلات الدراسة وفرضياتها

حيث جاءت نتائج الدراسة الميدانية لتؤكد نتائج الدراسة التحليلية، وتجب عن التساؤل الرئيسي في الدراسة، وهو أن القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية تلتزم نسبياً وبدرجة متوسطة بالقواعد المهنية في تغطيتها الإخبارية، وهي التي لا طالما ترفع شعار المهنية والاحترافية في المجال الإخباري.

وتبدو القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية مزيجاً من المهنية والتحيز، وهناك خلطة مصنوعة باحترافية ما يلي احتياجات الجمهور المهتم بالشأن السياسي ومتابعة تطورات التحليل والآراء المتباينة، وفي كل الحالات تبقى القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة بالعربية أكثر تأثيراً في المشاهدين خاصة في وقت الحروب والأزمات رغم التزامها بصورة نسبية من القواعد المهنية في تغطيتها الإخبارية، مع التسليم بكونها في الوقت نفسه تخدم التوجهات الخارجية للدول الأصلية المالكة لها.

توصيات الدراسة

يثير موضوع الدراسة الحالية والنتائج المتحصل عليها من الدراسة التحليلية والميدانية مدى التزام القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة بالعربية بالقواعد المهنية في تغطيتها الإخبارية للقناتين BBC وFrance24. مجموعة من المقترحات والتوصيات فيما يخص الأداء الإخباري على مستوى القائم بالاتصال في القنوات التلفزيونية الإخبارية أو على مستوى الباحثين في هذا المجال.

- إجراء المزيد من الدراسات والبحوث في مجال تقييم التغطية الإخبارية لقنوات أجنبية أخرى، والمقارنة بينها وبين القنوات التلفزيونية الإخبارية العربية.

- ضرورة الاهتمام بالتقارير المصاحبة للأخبار في النشرات الإخبارية، واستخدام كل الأدوات، والتقنيات الفنية الجديدة في التصوير، والجرافيك، والمونتاج حتى يكون العمل الإخباري أكثر احترافية ويحقق أهدافه.

-حث المؤسسات الإعلامية العمل على تأهيل كوادرها لتغطية أخبار الحروب والأزمات، وذلك من خلال إلحاقهم ببرامج أكاديمية متخصصة، وعقد دورات علمية لرفع جاهزيتهم المهنية والقدرة على مواجهة الإعلام الأجنبي الموجه بشكل عام.

- ضرورة وجود إعلامي عربي قوي موجه للدول الأجنبية يخاطبهم بلغتهم وينشر الهوية والثقافة العربية بوجهة نظر عربية.

- إجراء دراسات بشكل مستمر لرصد تأثير القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية على المشاهد العربي نحو قضايا العربية ومعالجة أي مفاهيم مغلوطة تحاول هذه القنوات زرعها داخل عقله ووجدانه.

-الإستفادة من طريقة عمل هذه القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة بالعربية في نقل وجهة نظرها بشكل احترافي يشعر المشاهد بأنها محايدة.

-نشر الوعي لدى الجمهور وثقافته إعلاميا حتى لا يقع ضحية لأي معلومة تحاول زعزعة امنه واستقراره، وذلك حتى لا يقع فريسة سهلة لمنافذ إعلامية تتلاعب بالألفاظ والصور، والأحداث لخدمة مصالح الجهات الممولة لها.

- إجراء الدراسات العلمية للمقارنة بين أداء القنوات المختلفة التوجهات والملكية للوقوف على العوامل المؤثرة في اختيار الأخبار والأطر الإخبارية التي تقدم من خلالها القضايا المختلفة.
- دعوة الباحثين إلى دراسة القواعد المهنية والمعايير الأخلاقية للعمل الإعلامي الإخباري خاصة في خلال تغطية الحروب والأزمات.
- دراسات معمقة للقنوات الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية لمعرفة كيف استطاعت أن تستقطب شريحة لا بأس بها من الجمهور العربي، والاستفادة من طرقها واساليبها في استخدام تكنولوجيا وسائل الإعلام الصوت والصورة باحترافية.
- تفعيل الدراسات ومراكز البحوث الإعلامية التي تهتم بمضمون المادة الإخبارية وصناعة الأخبار ومستويات تعزيز القواعد المهنية للتغطية الإخبارية.
- حث المؤسسات الجامعية والإعلامية إجراء دورات تكوينية في قواعد الأداء المهني الإعلامي للقائم بالاتصال والمسؤولية الاجتماعية الملقاة على عاتقه تجاه فيم مجتمعه وأمتة العربية والإسلامية وقضاياها العادلة.
- الدعوة إلى المزيد من الأبحاث في مجال ضبط المفاهيم والمصطلحات، والإتفاق على مفاهيم وتعريف موحدة في مجال تقييم التغطية الإخبارية التلفزيونية كمصطلحات :عناصر الخبر، القيم الإخبارية، القيم المهنية، القواعد المهنية. المعايير المهنية، وأخلاقيات الإعلام.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

1- المعاجم والقواميس:

1. أحمد بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، ط1، القاهرة، 2019.
2. أنيس وآخرون، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط4، مصر، 2004.
3. بطرس البستاني، محيط المحيط، مطبعة لبنان، بيروت، 1987.
4. خضير شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، دار لسان الوحي، الجزائر، 2001.
5. علي بن الحسن الهنائي، المعجم الأبجدي، دار الشروق، ط2، بيروت.
6. ابن فارس، معجم المقاييس في اللغة العربية، دار الفكر للنشر، بيروت، لبنان.
7. الفيروز أبادي محمد الدين، القاموس المحيط، مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، ط8، بيروت، 2006م.
8. كرم شلي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الشروق، جدة، ط1، 1989.
9. لويس معلوف، المنجد في اللغة والإعلام، دار الشروق، ط2، بيروت، 1996.
10. مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، ط4، القاهرة، 2004.
11. محمد جمال الغار، المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع ودار المشرف الثقافي، عمان-الأردن، 2006.
12. محمد علي التهاوني، موسوعة كشاف اصطلاحات الفنون والعلوم، مكتبة لبنان ناشرون، ط1، 1996.
13. ابن منظور، لسان العرب، طبعة دار المعارف، القاهرة.
14. منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003م.
15. يوسف محمد رضا، الكامل الوسيط قاموس عربي-فرنسي، مكتبة لبنان ناشرون، بيروت، 2004.

2- الكتب:

16. إبراهيم إبراهيم، الخبر والمقال الصحفي، العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2009.
17. إبراهيم أمام العلاقات العامة والمجتمع، مكتبة الأنجلو، القاهرة، 1981م.
18. إبراهيم أمام، وكالات الأنباء العالمية، دار الفكر العربي، ط3، القاهرة، 1994.

19. ابراهيم عبد الله المسلمي، التحيز الإعلامي في الالفية الثالثة، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 2012.
20. ابراهيم عبد الله المسلمي، مدخل إلى الصحافة، دط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999م.
21. ابراهيم عبد النبي عبد الفتاح، سيسيولوجيا الخبر الصحفي، الغربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1989م.
22. أحمد بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، دار الكتاب المصري، القاهرة.
23. احمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
24. احمد بن مرسي، الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال، دار الورسم للنشر والتوزيع، ط1، 2003.
25. أحمد بن مرسي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 2003.
26. أحمد زكريا أحمد، الكتابة الصحفية الإخبارية وتأثيراتها، مدرس بقسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة المنصورة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008م.
27. أحمد زكريا احمد، نظريات الإعلام. مدخل الاهتمامات وسائل الإعلام وجمهورها، المكتبة العصرية، مصر، ط1: 2009 .
28. أحمد مرسي، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، مكتبة زهراء الشرف، القاهرة، د سنة.
29. أحمد موسى قريمي، ضمير الصحافة، مكتبة مديولي، ط1، القاهرة، 2008.
30. ادوقان عبيدات عبد الرحمن عدس، البحث العلمي مفهومه أساليبه أدواته، دار محلاوي للنشر والتوزيع، دط، عمان، دس..
31. أديب خضور، كمال بديع الحاج، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، جامعة دمشق، 2005.
32. أسامة عبد الحميد، الإعلام في القرن الحادي والعشرين، الاتصال الدولي، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة.
33. أشرف خوخة، الرقابة في المؤسسات الوصفية، دار المعارف الجامعية، الاسكندرية، 2004م.
34. إياد عمر أبو عرقوب، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار البداية، 2012.
35. إياد هلال حمادي، المعالجة الإخبارية للقضايا العربية في القنوات التلفزيونية الموجهة، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 2017م.
36. بركات عبد العزيز، المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون، الدار المصرية اللبنانية، ط2، القاهرة، 2015.
37. بلقاسم بن مروان، وسائل الإعلام والمجتمع، دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية، دار الخلدونية، الجزائر، 2007م.

38. بهات حبيب قهرمداني، المراسل التلفزيوني والعوامل المؤثرة في إنتاج المادة الإخبارية، مطبعة المديرية العامة للمكتبات العامة في إقليم كوردستان، العراق، 2018م.
39. جمال القيس، الأخبار في الصحافة الإلكترونية، داري الفجر والنفاث للنشر والتوزيع، ط1، بغداد وعمان، 2013.
40. جهان أحمد رشتي، الإعلام الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986.
41. جهان رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985م.
42. جواد راغب الدلو، مصادر الأخبار الخارجية في الصحافة الفلسطينية، كتاب دراسات في الصحافة الفلسطينية، ط1، مكتبة الأمل للطباعة والنشر والتوزيع، غزة، 2000.
43. جواد عبد الستار، فن كتابة الأخبار، دار مجلاوي للنشر، الأردن، ط2، 2001.
44. جون ريتزر، الاتصال الجماهيري-مدخل ترجمة عمر الخطيب بيروت، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 1987.
45. جون هوبرغ، الصحفي المحترف، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1996م، دط.
46. حسام الدين محمد، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية للطباعة، ط6، القاهرة، 2003م.
47. حسن عبد الحميد، أصول البحث العلمي، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، 2006.
48. حسن عماد مكاوي وليلى حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2001.
49. حسن عماد مكاوي وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط6، مصر، 2006م.
50. حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 1994.
51. حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة مقارنة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003م.
52. حسن عماد مكاوي، الأخبار في الراديو والتلفزيون، دط، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2005.
53. حسن عماد مكاوي، إنتاج البرامج للراديو، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1999.
54. حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998م.

55. حسن عماد مكاوي-عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، 2007م.
56. حسن نصر، سناء عبد الرحمن، التحرير في عصر المعلومات الخبر الصحفي، دار الكتاب الجامعي، ط1، العين، 2003.
57. حسين محمد نصر، الأنترنت والإعلام والصحافة الإلكترونية، دط، مكتبة الفلاح، الكويت، 2003.
58. حسين نصر، قوانين وأخلاقيات العمل الصحفي، دار الكتاب الجامعي، ط1، القاهرة، 2010.
59. خالد العزّي، أخلاقيات مهنة الإعلام بين السلوكية والمهنية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان-الأردن، 2018.
60. خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النفائس للنشر والتوزيع، ط1، 2013.
61. خالد مجد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، دار الأمين، 2005.
62. خضير شعبان، مصطلحات الإعلام والاتصال، دار اللسان العربي، الجزائر، 2001.
63. خيرى الجميلي الاتصال ووسائله في المجمع الحديث، دط، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 1997م.
64. داليا عثمان إبراهيم، معالجة القنوات الموجهة بالعربية للقضايا السياسية العربية (الحرّة الأمريكية، العالم الإيرانية، فرنس24)، المكتب العربي للمعارف، ط1، القاهرة، مصر، 2016.
65. دلال القاضي محمود البياتي، منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام SPSS، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008.
66. رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية مفهومه أسسه إستخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة 2004.
67. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
68. رفعت عارف الضبع، الخبر، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2011.
69. روجر ويمر وآخرون، مدخل إلى مناهج البحث العلمي، ترجمة صالح أبو أصبع وفاروق منصور، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، 2013.
70. ريهام عاطف عبد الحميد، أنماط التحيز في المعالجة الإخبارية العربي، للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2018.
71. زاهر زكار، مدخل إلى تقنيات الكتابة الصحفية، منشورات مركز الاشعاع القاري للدراسات والبحوث، فلسطين، ط1، 2007.

72. زهرة بوجفجوف، صناعة الأخبار التلفزيونية، دار أسامة، ط1، عمان-الأردن، 2018.
73. سامي الشريف الفضائيات العربية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004.
74. سعيد محمد السيد وحسن عماد مكاوي، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1989.
75. سعيد محمد السيد. حسن عماد مكاوي، الأخبار الإذاعية والتلفزيونية، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة، 1999م.
76. سعيد محمد السيد، إنتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، عالم الكتب، دط، القاهرة، 1988.
77. سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة، ط1، 2010.
78. سليمان صالح، مقدمة في علم الصحافة، دار النشر للجامعات، دط، القاهرة، مصر، 1994م.
79. سمير حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، ط3، القاهرة، 1993.
80. سمير حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي في بحوث الإعلام، عالم الكتب ط2، القاهرة 2003.
81. سهيل رزق ذياب، مناهج البحث العلمي، 2003.
82. سيد أحمد طهطاوي القيم التربوية في القرآن الكريم، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996م.
83. السيد عمر، البحث الإعلامي مفهومه إجراءاته ومناهجه، منشورات بنغازي، جامعة قاريونس، ط1، ليبيا، 1994.
84. السيد ياسين، المعلوماتية وحضارة العولمة، دار النهضة، مصر للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
85. شاهيناز طلعت، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، مكتبة الأنجلو المصرية، ط3، القاهرة، 1995.
86. الشريف عبد العزيز، أخلاقيات الإعلام، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
87. صالح سليمان، الإعلام الدولي، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
88. صالح سليمان، أخلاقيات الإعلام وقوانينه، دار الفلاح للنشر والتوزيع، ط4، القاهرة، مصر.
89. صالح سليمان، ثورة الاتصال والإعلام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، 2007.
90. صالح سليمان، وسائل الإعلام وإدارة الصراع العالمي، ط1، مكتبة الفلاح، الكويت، 2011.
91. صفد حمودي، الإعلام العراقي حرية التعبير والوصول إلى المعلومة، هيئة الإعلام والاتصال، ط1، بغداد، 2010.
92. طارق موسى الخوري، أخلاقيات الصحافة النظرية والواقع، عمان، 2004م.
93. طالب عبد المجيد علاوي. حيدر أحمد علو، دراسة لمفهوم القيمة الإخبارية في الصحافة، دار ورد الاردنية

- للنشر والتوزيع، عمان، 2008
94. طالب عبد المجيد علاوي، حيدر أحمد علو، صناعة الأخبار في القنوات العربية المتخصصة A.N.N، دار أسامة للنشر والتوزيع، الاردن، عمان، ط1، 2015م.
95. عامر ابراهيم قند يلجي، مصادر المعلومات الإعلامية، دار المسيرة، دط، عمان، الاردن، 2011م.
96. عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2009.
97. عبد الجواد سعيد ربيع، فن الخبر الصحفي، دراسة نظرية تطبيقية، دار الفجر للنشر والتوزيع، دط، القاهرة، 2005م.
98. عبد الحليم موسى يعقوب، الموضوعية والقيم الإخبارية في الإعلام، الدار العالمية للنشر، دط، الجيزة، 2008م.
99. عبد الرزاق الديلمي، الخبر في وسائل الإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2012.
100. عبد الرزاق الديلمي، الخبر في وسائل الإعلام، دار المعرفة الجامعية، ط1، القاهرة، 2008.
101. عبد الرزاق الديلمي، فن التحرير المعاصر، دار جرير، ط1، عمان، 2010.
102. عبد الستار جواد، فن كتابة الأخبار، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2001.
103. عبد الستار جواد، فن كتابة الخبر، دار مجلات لنشر، 1999م.
104. عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والإنترنت، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، ط3، الجزائر، 2011.
105. عبد العزيز الغنام، مدخل في علم الصحافة، مكتبة الأنجلو المصرية، ط2، القاهرة، 1987.
106. عبد العزيز شراف، الاساليب الفنية في التحرير الصحفي، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
107. عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومناهجه، الهيئة المصرية العامة للكتاب، مصر، 2002.
108. عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، مكتبة الأنجلو المصرية، ط2، القاهرة، 1965م.
109. عبد اللطيف حمزة، المدخل إلى فن التحرير الصحفي، ط5، القاهرة، دت.
110. عبد الله زلطة، الإعلام الدولي في العصر الحديث، دار الفكر العربي، القاهرة، 2002.
111. عبير شفيق الرحياني، الإعلام رسالة ومهنة، دار أسامة للنشر والتوزيع، دط، عمان، الاردن، 2013م.

112. عرفة أحمد عامر، الأخبار والبرامج الإخبارية في الراديو والتلفزيون رؤية إسلامية، مكتبة الآداب، القاهرة، 2003.
113. عزة، ع، مصداقية الإعلام العربي، دار العربي لنشر، ط6، القاهرة، 2006م.
114. عطا الله أحمد شاكر، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الاردن، 2011م.
115. عظيم الجميلي، ثناء العاني، صناعة الأخبار الصحفية والتلفزيونية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012.
116. عقل محمود عطا، القيم المهنية مكتبة التربية العربي لدول الخليج، دط، الرياض، 2006 .
117. على جبار الشمري، العلاقات العامة رؤية سرنذيبية، دار النهرين للتوزيع والنشر، بغداد، 2009.
118. علي حجازي ابراهيم، آليات صناعة الإعلام، دار المعتر للنشر والتوزيع، دط، 2008م.
119. علي عباس فاضل، الصورة في وكالات الأنباء العالمية بين الاستمالة والاقناع، دار أسامة، عمان، 2012.
120. علي محمود اسماعيل الإعلام الجديد والتحديات النظرية والتطبيقية، مكتبة الوفاء القانونية، ط1، الاسكندرية.
121. عوض هاشم المهدي الجندوبي، دليل كتابة الخبر، وزارة الإعلام، البحرين، 2010.
122. فاروق أبو زيد، الصحافة المتخصصة، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2008.
123. فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، عالم الكتب، ط3، القاهرة، 1998.
124. فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، عالم الكتب، ط3، القاهرة، 1998.
125. فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي، عالم الكتب، ط5، القاهرة، 2011.
126. فاروق أبو زيد، فن الكتابة الصحفية، عالم الكتب، ط4، القاهرة، 1990.
127. فتحي حسين عامر، الخبر الصحفي الإلكتروني، دار النشر للجامعات، ط1، القاهرة، 2013.
128. فريال مهنا، علوم الاتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، ط1، دمشق، سوريا، 2002م.
129. فريد مصطفى، وكالات الأنباء بين الماضي والحاضر، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2011.
130. فؤاد عبد المنعم البكري، الإعلام الدولي، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2011.
131. فوزي غرابية، البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار النشر والتوزيع، الاردن، ط4، 2008.
132. فيرجسون دونالد، الصحافة اليوم، ترجمة مانينيوس، الشركة الوطنية لطباعة الكتب، القاهرة،

- 1986م.
133. الفيروز أبادي محمد، القاموس المحيط، الجزء الأول، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1977م.
134. فيصل سالم وتوفيق فرح، مقدمة في البحث في العلوم الاجتماعية، مجموعة البحوث الشرق الأوسط، دب، 1999.
135. قيراط محمد، قضايا إعلامية معاصرة سيوسولوجيا القوائم بالاتصال، مكتبة الفلاح لنشر والتوزيع، الكويت، 2006.
136. كافي-م- وآخرون، الإعلام والإرهاب الإلكتروني، دار الإعجاز العلمي، ط1، عمان، الاردن، 2015م.
137. كرم شلبي، الخبر الإذاعي، دار الشروق، جدة.
138. كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، دار الشروق، ط2، جدة، 1988.
139. كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، دار الشروق، جدة، 1987.
140. كرم شلبي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون، دار الشروق، جدة، 2008.
141. كرم شلبي، الخبر الصحفي وضوابطه الإسلامية، دار الشروق، ط2، جدة، 1988.
142. لؤي خليل، الإعلام الصحفي، دار أسامة لنشر والتوزيع، ط1، الاردن، 2009م.
143. ليث بدر يوسف، زهرة حسين الحداد، المسؤولية الاجتماعية في الصحافة الإلكترونية، دار أبجد للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2017.
144. ليلي عبد المجيد محمود، علم الدين فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، السحاب لنشر والتوزيع، ط1، 2004م.
145. ليلي عبد المجيد ومحمود علم الدين، فن التحرير الصحفي: المفاهيم والمتطلبات والاشكال، 2000، القاهرة.
146. ليلي عبد المجيد، محمود علم الدين، فن التحرير الصحفي للجرائد والمجلات، السحاب لنشر والتوزيع، ط1، 2004.
147. ماجد سالم تربآن، الانترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.
148. ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، عالم الكتب، القاهرة، 2002.
149. مثال مزاهرة، نظريات الاتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2012م.

150. محمد الجوهري وآخرون، دراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية بالإسكندرية، القاهرة، 1994م.
151. محمد الحتو، مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012.
152. محمد الدوروي، الصحافة والصحفي المعاصر، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، لبنان، 1995.
153. محمد الديلمي، أخلاقيات الإعلام وتشريعاته من القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2014م.
154. محمد الغزالي، جدد حياتك، دار الرحاب، ط1، الجزائر.
155. محمد الفاتح حمدي، عبد القادر عراضة، انتاج النشرات الإخبارية التلفزيونية دروس نظرية وتطبيقات، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان-الأردن، 2013.
156. محمد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهير دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2012.
157. محمد بن سعود البشر، رؤية جديدة للمفاهيم الإعلامية، كلية الدعوة والإعلام، جامعة الأمام محمد بن سعود، الرياض، 2006م.
158. محمد بن سعود البشير، المسؤولية الاجتماعية في الإعلام النظرية ودوافع التطبيق، دار عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الرياض، 1996.
159. محمد بن مسعود البشر، المسؤولية الاجتماعية في الإعلام النظرية ودوافع التطبيق، دار علم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، الرياض، 1996.
160. محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، منشورات الدار المصرية اللبنانية، دط، القاهرة، 2003م.
161. محمد خالد مجد الدين، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية، دار الأمين للطباعة، القاهرة، 2005.
162. محمد سلمان الحتو مناهج كتابة الأخبار الإعلامية وتحريرها، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط1، الاردن عمان، 2012 .
163. محمد شومان، دور الإعلام في تكوين الرأي العام، حرب الخليج نموذجاً، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2000.
164. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2000.

165. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، دار الشروق، جدة، 1990 .
166. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، عالم الكتب ط1، القاهرة، 1992.
167. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار الهلال، بيروت، دت.
168. محمد عبد الحميد، نظريات الاتصال واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، 2004م.
169. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتاب، ط1، القاهرة، 1997م.
170. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، القاهرة، 2010م.
171. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2004.
172. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، علم الكتب، ط3، مصر، 2004م.
173. محمد عبد الحيد، الاتصال والإعلام على شبكة الأنترنت، مكتبة المدينة ط1، القاهرة، 2010.
174. محمد عوض، عبد العزيز بركات، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، 1992.
175. محمد فضل الحديدي، نظريات الإعلام اتجاهات حديثة في دراسات الجمهور والرأي العام ن مكتبة دمياط مصر، 2006.
176. محمد فوزي عقاب الدين، دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحرين، معهد البحرين للتنمية السياسية، ادارة المكتبات العامة، 2017.
177. محمد معوض وعبد السلام أمام، فنون التحرير الصحفي، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، 2012.
178. محمد معوض، الخبر التلفزيوني من المصدر إلى الشاشة، دار الفكر العربي، القاهرة، 1987.
179. محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1986.
180. محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، الفجر للنشر والتوزيع، 2003.
181. محمود أدهم، المؤتمرات الصحفية إعدادها، إدارتها، تغطيتها، تحريرها، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998.
182. محمود أدهم، فن الخبر، دار الشعب، ط2، القاهرة، 1987م.
183. محمود أدهم، فن الخبر، دت، القاهرة.
184. محمود حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصري اللبنانية، القاهرة، 2003.
185. محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003م.

186. محمود علم الدين فن التعزيز الصحفي للجرائد والمجلات، دار السحاب للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2004م.
187. محمود علم الدين، الصحافة في عصر المعلومات الأساسية والمستحدثات العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2000.
188. محمود معوض، فنون العمل التلفزيوني، دار الغار الفكر العربي، ط1، 1986.
189. مرعي مذكور، الصحافة الإخبارية، دار الشروق، القاهرة، 2002.
190. مرعي مذكور، الصحافة الإخبارية، دار الشروق، جدة، 2000.
191. مرفت الطرايشي وعبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، مصر 2003.
192. مركز هردو لدعم التغيير الرقمي، القاهرة، 2016.
193. مشعل سلطان عبد الجبار، أيديولوجيا الكتابة الصحفية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012.
194. مكاوي حسن السيد ليلي، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 2003م.
195. منال مزاهرة، نظريات الاتصال، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2012.
196. المنجد في اللغة والإعلام، دار الشروق، ط2، بيروت.
197. المنظمة العربية لمكافحة الفساد، الإعلام ومسيرة الإصلاح في الأقطار العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، لبنان، 2010.
198. منى الحديدي. شريف اللبأن، (قنوات الاتصال والإعلام المتخصص، ط1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية) 2009.
199. موريس انجرس، منهجية البحث الإنسانية، كريمة بوزيدي صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر والتوزيع، ط2، 2004.
200. موسى سالم الكساسبة المعالجة الإخبارية للضرورة السورية في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية، دراسة تحليلية مقارنة لقناتي روسيا اليوم وفرونس 24 انمودجا، قسم الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2019.
201. مي العبد الله سنو، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، ط2، بيروت لبنان، 2010.
202. ميليفين ل ديفليير وساندرا بول وديكتيش، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، دط، القاهرة، 1993م.

203. نبيل احمد الهادي، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار الأهلية للنشر والتوزيع، ط1، بيروت، 2006.
204. نبيل احمد عبد الهادي، منهجية البحث في العلوم الإنسانية الأهلية للنشر والتوزيع، لبنان 2007.
205. نجوى الفوال، القائمون بالاتصال، المركز القومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة، 1993م.
206. نسرین محمد عبدو حسونة نظريات الإعلام والاتصال، القاهرة 2015
207. نسمة أحمد البطريق، الكتابة للإذاعة والتلفزيون، الدار العربية للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2009.
208. نصر الدين لعياضي، مبادئ أساسية في كتابة الخبر الصحفي، المؤسسة الجزائرية للطباعة، الجزائر، 1994م.
209. نعمات عثمان، الخبر ومصادره في العصر الحديث، دار المعرفة الجامعية، القاهرة 2008.
210. نھوند القادري عيسى، الاستثمار في الإعلام وتحديات المسؤولية الاجتماعية (النموذج اللبناني)، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، لبنان، 2013.
211. نھى عاطف العبد، الراديو والتلفزيون والقنوات الفضائية النشأة والتطور والآفاق المستقبلية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2009م.
212. هاشم حسن التميمي، فلسفة الخبر الصحفي، دار ورد الاردنية، لنشر والتوزيع، 2008م.
213. هاشم حسن، فن الخبر الصحفي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، ط1، بغداد، 2010.
214. هريرت سترنز، المراسل الصحفي ومصادر الأخبار، ترجمة سميرة أبو سيف، الدولية للنشر والتوزيع، ط2، القاهرة، 1986.
215. هيام فهمي إبراهيم، أبحاث في لغة الإعلام، دار الفراهيدي للنشر والتوزيع، ط1، بغداد، 2012.
216. هشام الهيقي، الإعلام السياسي والإخباري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 2010.
217. وائل عبد الله ريم احمد عبد العليم، تحليل محتوى المنهج في العلوم الإنسانية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012.
218. وجهان رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار النهضة، ط3، القاهرة، 1993م.
219. وليد رشيد العبيدي، مصداقية الأخبار في القنوات الفضائية العربية، مكتبة جزيرة الورد، ط1، القاهرة، 2014.
220. يوسف محمد قاسم، ضوابط الإعلام في الشريعة الإسلامية وأنظمة المملكة العربية السعودية، الرياض، 1979م، دط.

221. يوسف مرزوق، التغطية الإخبارية في الإذاعة الصوتية، دار المعرفة الجامعية - سلسلة بحوث ودراسات إعلامية، الإسكندرية.

3-المجلات والملتقيات:

222. أحلام عتيق مغلي السلمي، مفهوم القيم وأهمها في العملية التربوية، مجلة العلوم التربوية والنفسية. المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث العدد الثاني المجلد الثالث يناير 2019.

223. أحمد ايد عباس، حسين رشدي الغراوي، مصداقية القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية من وجهة نظر الإعلاميين العراقيين، دراسة مسحية، ماجستير، كلية الإعلام، جامعة بغداد. مجلة الباحث الإعلامي ال عدد42.

224. اسماء حسين حافظ، القائم بالاتصال في الصحافة الإقليمية دراسة ميدانية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد العاشر (10)، 2001م.

225. انتصار أبو جهل، ورقة عمل بعنوان (دور المصادر في بناء التحيزات)، كلية الآداب قسم الصحافة والإعلام الجامعة الإسلامية، غزة، 2015.

226. بخوي الفوال، قراءة في دراسات القائم بالاتصال، المجلة الاجتماعية القومية المجلد 32 العدد 3، القاهرة، سبتمبر 1996م.

227. بشرى دأود سبع السنجري، أخلاقيات التغطية الإخبارية التلفزيونية لمناطق النزاع من وجهة نظر النخبة الأكاديمية، معارك تحرير الموصل أنمو دجا، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال العدد31 أبريل - يونيو 2018.

228. جمال أحمد، وضع الأجندة الإخبارية في الصحف المصرية اليومية، مجلة بحوث الرأي العام، طبعة القاهرة، 2003م.

229. جيهان يسرى، القناة الفضائية الإسرائيلية ودورها في الحرب الإعلامية بين العرب وإسرائيل، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد4، عدد يناير-ديسمبر 2003.

230. حسن عماد مكاي، دور تلفزيون سلطنة عمان في وضع القضايا الإخبارية لجمهور المشاهدين دراسة مسحية ليه من طلاب جامعة سلطنة عمان، مجلة بحوث الاتصال، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس، ديسمبر 1991م.

231. حمزة خليل الخسام، ميساء نصر الرواشيدة، الممارسة الإعلامية بين المهنية والعرف والقانون في الأردن، المجلة الاردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 6، العدد3، 2013م.

232. حمزة سعد محمد، الاتجاهات الحديثة في دراسات وضع الأجندة في العالم العربي، مجلة الباحث

- الإعلامي، العدد 44-45.
233. خالد أحمد عبد الجواد، مصداقية القنوات الإخبارية العربية والموجهة في تناول القضايا الخليجية كما يراها الجمهور الإماراتي، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، العدد، 12 كلية الإعلام جامعة القاهرة، أكتوبر 2017.
234. الدراسة اخذت من مجموعة من الأساتذة، المسؤولية الاجتماعية للإعلام الدولي، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 5، العدد 01، 2022.
235. رانا إيهاب، اتجاهات النخبة الإعلامية نحو معالجة القنوات الإخبارية الدولية الموجهة لقضايا الدول العربية، مجلة الدراسات والبحوث الإعلامية، عدد يونيو 2023.
236. رماح الدلقموني، المعايير المهنية والأخلاقية وحرية التعبير، منتدى الجزيرة 7 الدوحة 16/3/2013.
237. زهراء حسين جبار، المسؤولية الاجتماعية للصحافة الإلكترونية، دراسة في مواقع المركز الخيري لشبكة الإعلام العراقي، الجزيرة نت، بي بي سي، مجلة أهل البيت، 24 مج 1، 2019.
238. سعيداني سلامي، ليلي فقيري "الأخلاقيات المهنية في ظل التشريعات القانونية الإعلامية في الجزائر، مقارنة نقدية على ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 3، العدد 2018.
239. شريف سامي، القنوات التلفزيونية المتخصصة رؤية نقدية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 5، القاهرة، 1999.
240. عبد الكريم على الدبسي: المعايير المهنية في الصحافة الالكترونية، المجلة الاردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 12، العدد 01، 2011م.
241. عبد الله الوزان -أياد الديلمي، مصداقية القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية لدى الشباب العراقي والسعودي، المجلة العربية للإعلام وثقافة الطفل، العدد 4، أكتوبر 2018.
242. عبد الله حسين حسن، القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية ودورها في معالجة قضايا الشرق الأوسط، مجلة أكاديمي، جامعة بغداد، العدد 99، السنة 2021.
243. العربي بوعمامة، فوزية عبو، الموضوعية والمصداقية في القنوات الفضائية الأجنبية، دراسة تحليلية لقضية محمد مراح من خلال قناة فرونس 24 الإخبارية، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد الثالث العدد 2، 11. أبريل 2015.
244. عرفات مفتاح معيوف، معايير التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية، كلية الفنون والإعلام، البلقاء للبحوث والدراسات، المجلد 17، العدد 1، 2004، جامعة طرابلس، ليبيا.

245. علي جبار، الخطاب التلفزيوني الأمريكي الموجه إلى المشاهد العربي، اتحاد إذاعات الدول العربية، مجلة الإذاعات العربية العدد الثاني تونس، 2010.
246. فاضل جيتي سلمان، وظيفة التقرير في الفضائيات العربية دراسة حالة، مجلة كلية التربية الأساسية، جامعة بغداد، المجلد 22، العدد 93، 2016.
247. للباحثين سيسلي جازيانوGaziano Cecilia ، وكرستين مكارثي McGrath Kristin، قياس مفهوم المصداقيةCredibility of Concept the Measuring، دراسة ميدانية مسحية، مجلة الصحافة الفصلية Quarterly Journalism ، 1986.
248. ماجدة مراد العوامل المؤثرة على بناء القوائم بالاتصال لأجندة الأخبار في الإذاعة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام العدد 18، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2007.
249. مجموعة من الباحثين قاصدي فايزة- بوسحاتة لطيفية، جادي فايزة، المسؤولية الاجتماعية للإعلام الدولي المعاصرة، مجلة البحوث القانونية والإقتصادية، المجلد 05، العدد 01، سنة 2022.
250. محمد شطاح، الأخبار في التلفزيون نحو إعلام استعراضي وقيم جديدة في التغطية الإخبارية الإذاعات القرآنية، العدد 44، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006م.
251. موسى بن ابراهيم حريزي. صبرية غربي، دراسة نقدية لبعض المناهج الوصفية وموضوعاتها في البحوث الاجتماعية والتربوية والفنية. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 13 ديسمبر 2013، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
252. نحلة حلمي محمد عبد الكريم، أطر المعالجة الإخبارية للصراع العسكري في المنطقة الحدودية بين السعودية واليمن في القنوات الفضائية الموجهة باللغة العربية، المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون العدد 12، 2017.
253. نهي عاطف العبد، القيم الإخبارية والعوامل المؤثرة فيها، مجلة اتحاد الإذاعات الدول العربية، العدد 1، 2011م.
254. نور الدين هميسي، الأطر النظرية والمنهجية لدراسة الميديا الجديدة قراءة نقدية، مداخلة في المؤتمر الدولي للإعلام وقضايا المجتمع المعاصر "التحديات والفرض"، جامعة بسكرة، نوفمبر 2014م.
255. هبة شاهين، الأطر الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في شبكة CNN الإخبارية الأمريكية، دراسة تحليلية لبرنامج uniside the middeleaca، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 27 كلية الإعلام، جامعة القاهرة، سبتمبر 2007.
256. هبة شاهين، الأطر الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في شبكة CNN الإخبارية الأمريكية دراسة

تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، ع27، يوليو-سبتمبر، 2007.

4- الرسائل الجامعية:

257. أسماء قرشوش، الموضوعية في المعالجة الصحفية للثورات العربية في الصحافة العربية المكتوبة، الجزائر، مصر، تونس أنموذجا دراسة تحليلية مقارنة أطروحة دكتوراه، علوم كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، 2018-2019.

258. أميرة عبد الفتاح، استخدام الأخبار المجهلة في الصحف المصرية دراسة المضمون والقائم بالاتصال، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب جامعة عين الشمس، القاهرة، 2008.

259. إيمان السيد، دور القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة للتلفزيونية في ترتيب أجندة النخبة نحو القضايا العربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة عين الشمس، كلية التربية، 2013.

260. بسنت مراد فهمي حسن، تحليل القضايا العربية بالخطاب الأوروبي الموجه باللغة العربية، BBC وروسيا اليوم وdw، رسالة دكتوراه، كلية الإعلام، جامعة القاهرة 2014، المجلة العلمية للبحوث الإذاعة والتلفزيون.

261. حاتم علي مصطفى العولي، المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الالكترونية الفلسطينية، دراسة تحليلية مقارنة بين صحفيي القدس ونيويورك تايمز، رسالة دكتوراه، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017م.

262. حيدر أحمد علو القطبي، القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الموجهة إلى المنطقة العربية، دراسة تحليلية مقارنة لنشرات الأخبار الرئيسية التي تقدمها قنوات روسيا اليوم، وبي بي سي والحرّة، أطروحة دكتوراه كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2011.

263. سلام عبد المهدي كريم الجبوري، دور قناتي الحرّة وبي بي سي الفضائيتين الناطقتين باللغة العربية في إثارة الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في الأردن والأمّارات دراسة مقارنة رسالة ماجستير في الإعلام، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب والعلوم، جامعة البتراء، الأردن، 2013-2014.

264. سهام الشجيري، الاختلال الإخباري بين وكالات الأنباء الدولية والعربية، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الإعلام-جامعة بغداد، بغداد، 2006.

265. عبد الكريم على الديبسي، المعايير المهنية في الصحافة الالكترونية الأردنية دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية في الصحافة الالكترونية الأردنية. قسم الصحافة والإعلام جامعة البتراء، الأردن، 2011،

266. عبد المولى موسى محمد، دور البرامج التلفزيونية في تعزيز الحوار بين الحضارات، رسالة دكتوراه، جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، غير منشورة، 2012م.

267. عمر عناد شلال، الوظيفة السياسية لبرامج ال BBC عربي، رسالة ماجستير، جامعة بغداد كلية

- الإعلام، قسم الصحافة الإذاعية، 2006.
268. فتحي حسين أحمد، أخلاقيات نشر الجريمة. في الصحف المصرية الخاصة، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، جامعة الدول العربية، القاهرة 2005م.
269. فتيحة أمام المعالجة الإخبارية لقضايا العالم العربي في الفضائيات الأجنبية الموجهة باللغة العربية BBC، france24 والحرّة نموذجاً، أطروحة دكتوراه علوم في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2017_2018.
270. فوزية عكاك القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة دراسة تحليلية ميدانية لصحيفتي الخبر والشرق اليومي، أطروحة دكتوراه، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2012.
271. قيس سعود البدر، مدى التزام الصحافة المطبوعة وصحافة الأنترنت بالمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي، رسالة ماجستير، قسم الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، أكتوبر 2012.
272. محمد بن علي العقاري: العلاقة بين الصحافة وقادة الرأي والجمهور في ترتيب أولويات القضايا المحلية في اليمن، دراسة ميدانية، رسالة دكتوراه في الإعلام، قسم الإعلام، جامعة محمد بن سعود الإسلامية.
273. محمد شريف أمين الدالي، المعالجة الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في قناتي فرونس 24 والحرّة الأمريكية، دراسة تحليلية مقارنة، رسالة ماجستير، قسم الإذاعة والتلفزيون، كلية إعلام، جامعة القاهرة، 2012.
274. محمد شطاح، النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري، دكتوراه علم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2003-2004.
275. منير سليم أبو راس، ورقة عمل بعنوان القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية إحدى محاور ورشة عمل "التحرير الصحفي كعملية اتصال بالجمهور"، قسم الصحافة والإعلام، الدراسات العليا، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011.
276. نزار عبد الغفار السامرائي، الأخبار مبهمة المصادر في الصحافة العراقية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام جامعة بغداد، 2014.
277. نصيرة تامي، المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب من خلال البرامج الحوارية في الفضائيات العربية المتخصصة دراسة تحليلية مقارنة بين قناتي الجزيرة القطرية والعربية السعودية، أطروحة دكتوراه، كلية الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، جامعة الجزائر 3، 2012.
278. هبة السمري، النشر الإخبارية باللغة الإنجليزية في التلفزيون المصري، رسالة ماجستير غير منشورة،

جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1987م

279. هبة حسين عبد الوهاب، مستويات مصداقية القنوات الإخبارية العربية والاجنبية كي تراها الصفوة رسالة ماجستير، القاهرة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة 2010

280. وهيبه حمودي، البعد الاستراتيجي للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية، دراسة وصفية تحليلية لمضمون نشرة أخبار قناة بي بي سي العربية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام، 2017_1018.

281. ياسر عبد الغفور، دور المصادر في بناء التحيزات التغطية الخبرية حول حصار غزة، دراسة وصفية على عينة من الصحف الفلسطينية اليومية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم الصحافة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2015.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

1-الكتب:

282. Balle (Francis) Lexique d'in Formation communication, Dalloz, paris, 2006.

283. BBC .com. arabic.institutionnal.2011.01.000000.aboutic.

284. BBC .com/arabic/institutionnal/2011/01/000000/about us

285. BBC .com/arabic/tv and radio 3372888 3BBC News Arabic تاريخ برانجا /2020/1/10

286. Blood w, Media Agenda-setting theory, point of Departure, paper presented to the political communication, Division, international communication Association, 93th, Annual conference sanFrancisco, may, 1989.

287. Cangheong Lee, Reconciling cognitive Priming VS ?obtrusive contingency Hypotheses. An Analytical Model of Media setting effects. gazette vol, 66. No.2, 2004.

288. Claude-Jean Bertrand-l'odeonionologie des medias-1^{er} Edition France presses universitaire de Fronce, 1997.

289. Denis Mc quail. Mc quail's Mass communication theory, 6th edition London sage publication, 2010.

290. Donald Shaw..L. E. Shannon Martin The Function of Mass Media Agenda Setting journalism Quarterly, Vol, 69, No.4, 1994.

291. Encyclopedia of communication theory (London sage publication, Inc., 2009

292. H David Weaver et al" the bridging fonction OF interpersonal communication in Agenda Setting" (journalism quarterly. Vol 69.N 04, 1992.
293. Halstead, J. and, Mjtaylor, 1996.
294. <https://www.academia.edu/39172945>.
295. Huffort Richard Bad News, Valun I, clasfow, university Media group london, 1996.
296. Karem.A.foss (3) Stephen, Little johnn.
- 297.Katherine Miller-communication theories perspectives, process contexts, New york, McGraw hill.
298. Michael j.Muin:Agenda-setting theory and the role of the Media in shaping public opinion for the Irac war...a, research paper in partial Fulfillment of the requirements For the degree of master of Arts (university of central) Missouri Department of communication April, 2011.
299. Reedgtl Blak taxonomy of concept in mass communication new-york.hastugs House publishers, 1975.
300. Sigal leon, Reporter and Officials', lexmngton, M.A.DC.Health and co, 1175.

2-المجلات والملتقيات:

301. Rasha A Abdullah وآخرون، المصداقية في أخبار الصحف، التلفزيون، والأخبار عبر
the Credibility of Newspapers Television News And Online
دراسة مقدمة من مجموعة من الباحثين في إطار مؤتمر سنوي للاتصال الجماهيري والمجتمع،
جامعة ميامي، 2002
302. E.Mccombs Donald Shaw 1 'the Evolution of Agenda setting Research
Twenty Five years in Marketplace of Ideas (journal of communication, Vol
43.No, 2, 1993.
303. Jain Zua et al- public Issue priority Formation Media-Agenda setting
social Interaction (journal of communication, vol43 N,01, 1993).
304. Klaus schoen borch. A Holli semetka-Agenda De Flatting study of the
1990 ceriman National 36 Election Journalism Quaterly.Vol.69. No.41992.
305. Linda jean Ken sicki: A-second level Agenda setting, A study of
integration and progress Egyptian journal of public opinion Research
Quarterly published by public opinion Research center Faculty of Mass
communicator Cairo university, vol, 1 N° 2, April, June, 2000.

306. Maxell Mc CONBA/ THE Agenda-setting Role of the Mass Media in the Shaping of public opinion university of Texas at Austin, pp 1-2 At [www info merica..org/document on pdf](http://www.infoamerica.org/documentonpdf). available at.
307. Maxwell. Mc combs A look at agenda setting past, Present, Future (journalism studies, vol, 6No, 4.2005.
308. Robert, M, Entman Framing toward clarification of a Fractured paradigm journal of communication Vol-43 N° 41993.
309. Salma chamem and Wayne Wonta-Agenda setting and Spanish cable News (journal of Broadcasting and Electronic, Media vol, 45, No 2, 2001.
310. Tony Hacunard Deider oneil, what is New? s, Galtiry and Rage visted journalism studies vol2, 2001.

ثالثا: المواقع الالكترونية:

311. <https://mn.> الإعلام الجديد يحد من تدخل حارس البوابة، مدونات هافيغتون بوست العربية متاح على الموقع: www.huffpost.arabi.com . تاريخ الدخول 2020/02/10.
312. Media Agenda-Setting 20% clusters Massk Rogers, and Dearing, 1988. [Http//www. Ut weutenl/CW/theorieeno-verzicht/theory](http://www.Utweutenl/CW/theorieeno-verzicht/theory).
313. France medias monde.com _ar _2020 تاريخ الدخول مارس
314. [Https//m.annabaa.org/Arabic2015.2019](https://m.annabaa.org/Arabic2015.2019) تاريخ الدخول 25 جوان
315. John son, Kirsten and St. john Burton “citizen journalist view on traditional nations at journalism, story relationship building” The connual meetiny of the A E J mc Marriott son Francisco Marquis son Francisco CA Aug 06 2015, <http://citation.allcademic.com/meta/p1035067.Index.html>.
316. بي بي سي عربي الأكثر انتشارا بين خدمات الهيئة العالمية / alarub.co.uk تاريخ الدخول 2020/10/10
317. https://or_wikipedia.org تي آر تي العربية، ويكيبيديا،
318. Rehamabde .2018 التيارات النقدي من نظريات الاتصال المدونة الإلكترونية، 8 سبتمبر 2018 [l'Hafez.blogspot.com/2018/09/ bloog-post.htm](http://l'Hafez.blogspot.com/2018/09/bloog-post.htm)
319. ثروت البطاوي، هل تحقق الفضائيات الموجهة إلى العرب أهدافها 2016.11.8 تاريخ الدخول 10 جانفي 2020 rassef22.com/Article/82445
320. ahaa.org/Arabic/studies, 2170ann
321. شريف دويش اللبان، المنطقة العربية والرسالة الإعلامية الدولية الموجهة، المركز العربي للبحوث والدراسات، 2020 acrser.org.40410 2016 12 26

322. ضبط الجودة والمعايير التحريرية، شبكة الجزيرة بتصرف، نوفمبر 2014. Net
work.aljazeera.net/or/mode/40071/2020/01. تاريخ الدخول: 25.
323. فتحية الدخاخي، التوازن في اختيار المصادر معايير موضوعية ام وسيلة للضغط، صحيفة الشرق الأوسط aavsat.com 30 يونيو 2019، تاريخ الدخول 10 نوفمبر 2023.
324. محمد شومان، يعني أيه مهنية الصحافة والإعلام؟ 06 يوليو 2016.
Yorm.7.com/story/2016/6/5/2750138 تاريخ الدخول 10 أبريل 2020
325. محمد عبد الجبار الشوط، التغطية الإعلامية، موقع جريدة الصناع 2011/5/30.
abu.edu.ig/arts/journalism/students/projects/15997 تاريخ الدخول:
2020/02/18.
326. محمد لمين بوذن. فائزة بوزيد، وظيفة القائم بالاتصال في البيئة الإعلامية الجديدة قراءة في مستجدات
نظرية حارس البوابة يوم دراسي البيئة الإعلامية الجديدة، مظاهر التحول، جامعة المسيلة يوم
2017/04/11. ص searchgate.net/publication/32234262507.
327. مروة علي، مصادر الأخبار بين الحقيقة والمعلومة الموجهة، نشر 19/يوليو/2016، تاريخ الدخول
28 فيفري 2020. <https://institut.oljazeera.net/ar/ajrzarticle/999>.
328. مسلم عباس، وسائل الإعلام وترتيب الأولويات الأصول النظرية والاتجاهات البحثية، دراسات، تاريخ
الدخول 2020/02/10 m annabaa.org/Arabic/studie2018.16741.
329. معايير التحقيق من مصداقية التغطية الصحفية رصد مصداقية الإعلام الاردني.
2020/01/20 2016 2Akeed.jo/Ar/page/standards/
330. معجم المعاني الجامع www.almaany.com تاريخ الدخول 10.2020.1
331. سلام برجاق، الترجمة الصحفية، الجزيرة نت aljazeera.net، 27 ديسمبر 2021، تاريخ
الدخول، 10 نوفمبر، 2023.
332. منير سليم مسعود أبو راس، ورقة عمل بعنوان القائم بالاتصال في المؤسسات الصحفية، الجامعة
الإسلامية غزة كلية الآداب قسم الصحافة والإعلام الدراسات العليا، 2011.
Site.ingaza.edu.ps/mRAS/researches. تاريخ الدخول جانفي 2020.
333. Ajazzira.net/news/reporter sondiator views
334. alarab.co.uk. عربي الأكثر انتشارا بين خدمات الهيئة العالية، تاريخ الدخول،
10.10.2020.
335. Aljazzira.net/news/reporter sondiator views 2013/03/17
تاريخ الدخول 2020/5/2

336. Available at <http://www.annabaa.org/nbabews/2002/01/191.htm>.

337. BBC .co.ck/academy/ar/articles/art 20130702112133966. تاريخ

الدخول: 2019/12/20

الملاحق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة باجي مختار عنابة
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم الإعلام والاتصال

الموضوع: استثمار تحليل

القواعد المهنية للتغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية الأجنبية
الناطقة باللغة العربية "قناة France 24, BBC نموذجاً"
—دراسة تحليلية وميدانية—

تحت إشراف أ.د. :

العيقة جمال

من إعداد :

صليحة سليمان

السنة الجامعية: 1443 – 1444 هـ / 2022 م – 2023 م

أولاً : فئات الشكل :

1. فئة عدد النشرات في القنوات التلفزيونية الأجنبية (محل الدراسة) ☐ ☐
2. فئة عدد الأخبار داخل النشرات في القنوات الإخبارية (محل الدراسة) ☐ ☐ ☐
3. فئة المدة الزمنية للنشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة) ☐ ☐ ☐
4. طول الخبر داخل النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة) ☐ ☐ ☐
5. فئة شكل تقديم الخبر في النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)
6. فئة عناصر الإبراز المستخدمة في النشرات الإخبارية ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
7. فئة صيغ وقوالب تقديم الخبر داخل النشرات في القنوات (محل الدراسة) ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

ثانياً: فئات الموضوع

فئة القضايا المطروحة في نشرات الأخبار في القنوات الأجنبية (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

فئة النطاق الجغرافي للقضايا في النشرات الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

فئة اتجاه الأخبار في النشرات الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐

فئة الشخصيات المحورية الواردة في النشرات الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐

فئة السمات التي تلتصق بالشخصية المحورية التي تناولتها نشرات الأخبار في القنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐

فئة القيم الإخبارية المتضمنة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

فئة الأطر الإخبارية المستخدمة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

فئة نوعية النخب كمصدر للتغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

فئة الاستمالات المستخدمة في عرض القضايا في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐

فئة المصادر الإخبارية المعتمدة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل للدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

فئة تعدد المصادر في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐

فئة المعلومات التي قدمتها المصادر المعتمدة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐

فئة كيفية عرض المعلومات المعتمدة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

فئة قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية الأجنبية (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐

فئة قاعدة الشمولية والتكامل التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

فئة قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

فئة قاعدة الحياد وعدم التحيز في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

فئة قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

فئة قاعدة الموضوعية في تغطية الإخبارية للقنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐

فئة قاعدة الدقة في التغطية الإخبارية في القنوات (محل الدراسة)

☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

دليل الاستمارة

فئات الشكل

فئة عدد النشرات 2-1

فئة عدد الأخبار

3 من 4 - 10 أخبار	17 مذيع + رسائل المراسلين تقرير خارجي
4 من 11 - 20 خبر	18 مذيع + ضيف
5 أكثر من 20 خبر	19 حوار بين المذيع والمراسل
<u>فئة المدة الزمنية :</u>	20 مذيع + بث مباشر
6 أقل من 15 دقيقة	21 بث مباشر من موقع الحدث
7 من 15 - 30 دقيقة	22 حوار عبر القمر الصناعي
8 من 30 - 45 دقيقة	23 يجمع أكثر من أسلوب
9 أكثر من 45 دقيقة	<u>فئة عناصر الإبراز :</u>
<u>فئة طول الخبر :</u>	24 صور حية
10 قصير أقل من 60 ثانية	25 صور ثابتة شخصية
11 متوسط من 60 - 90 ثانية	26 صور ثابتة
12 طويل أكثر من 90 ثانية	27 خرائط ورسوم
<u>فئة شكل تقديم الأخبار :</u>	28 جرافيك
13 مذيع فقط	29 عناوين مكتوبة عريضة
14 مذيع + اتصال هاتفي	30 مؤثرات صوتية
15 مذيع + مادة فيلمية أو تسجيلية	31 شريط عاجل
16 مذيع + مادة فيلمية تقرير داخلي	32 لوح الكتروني

33 مقاطع صوتية

فئة صيغ و قوالب تقديم الخبر

34 تقرير

35 خبر بسيط

37 تعليق

38 تحليل

39 رورتاج

40 قصة خبرية

41 حوار

فئات الموضوع

فئة القضايا المطروحة في التغطية

42 الصراع الفلسطيني الإسرائيلي

43 الأزمة الخليجية

44 قضايا المغرب العربي

45 القضايا الأوروبية

46 أخرى

فئة النطاق الجغرافي

47 محلي

48 عربي

49 دولي

فئة اتجاه الأخبار

50 إيجابي

51 سلبي

52 محايد

53 غير محدد

فئة الشخصيات المحورية

54 شخصيات محلية

55 شخصيات عربية

56 شخصيات أجنبية

فئة السمات الشخصية

57 سلبية

58 إيجابية

60 محايدة

فئة القيم الإخبارية

61 القرب

62 الحالية الأنية

- 63 السلبية
- 64 الشهرة
- 65 الأهمية
- 66 الصراع
- 67 الاهتمام الإنساني
- 68 الضخامة
- 69 أخرى
- فئة الأطر الإخبارية**
- 70 الصراع
- 71 المسؤولية
- 72 الاهتمامات الإنسانية
- 73 التعاون
- 74 الإطار الاستراتيجي
- 75 النتائج الاقتصادية
- 76 المؤامرة الخارجية
- 77 العنف
- 78 أخرى
- فئة نوعية النخب كمصدر**
- 79 نخب سياسية
- 80 نخب أكاديمية
- 81 نخب إعلامية
- 82 نخب عسكرية
- 83 نخب دينية
- فئة الاستمالات المستخدمة**
- 84 استمالات عاطفية
- 85 استمالات عقلانية
- 86 المزج بين الاثنين
- فئة المصادر الإخبارية**

- 87 المراسل
- 88 وكالة أنباء عالمية
- 89 وكالة أنباء محلية
- 90 وكالة أنباء إقليمية
- 91 قنوات تلفزيونية عربية
- 92 قنوات تلفزيونية أجنبية
- 93 مواقع انترنت
- 94 خبراء متخصصون
- 95 محللون سياسيون
- 96 منظمات وهيئات دولية
- 97 الصحف
- 98 الإذاعات
- 99 شهود عيان
- 100 المواطن الصحفي
- 101 أخرى
- فئة تعدد المصادر**
- 102 مصدر واحد
- 103 مصدرين
- 104 ثلاثة مصادر
- 105 أكثر من ثلاثة مصادر
- فئة المعلومات التي قدمتها المصادر**
- 106 وقائع الأحداث
- 107 تصريحات وبيانات
- 108 خلفيات مرتبطة بالأحداث
- 109 تعليقات وتحليلات إخبارية
- فئة كيفية عرض المعلومات**
- 110 عرض جانبي للموضوع
- 111 عرض وجهة نظر واحدة

- 112 أرقام وإحصائيات وبيانات
- 113 الاستشهاد بأدلة وشواهد و وقائع
- 114 التهوين والمبالغة
- 115 استعمال الجوانب العاطفية
- فئة قاعدة التوازن**
- 116 التوازن في عرض المصادر
- 117 إعطاء مساحات متساوية لمختلف الأطراف
- 118 التنوع والتعددية في الرأي والرأي الآخر
- 119 التوازن في استخدام اللغة بعيدا عن المبالغة
- فئة قاعدة الشمولية والتكامل**
- 120 الإحاطة الكاملة بالموضوع
- 121 الإجابة عن الشقيقات الست
- 122 الاتساق مع السياق
- 123 استخدام الخلفيات لغرض التعريف واستكمال المادة الإخبارية
- فئة قاعدة الوضوح**
- 124 المحتوى محدد وواضح في ذكر الحقائق والأحداث والأشخاص
- 125 الإشارة إلى الأحداث التي لم يتحقق منها
- 126 يشار إلى تاريخ المحتوى الأرشيفي
- 127 المحتوى يشير إلى كيفية الحصول على المعلومة وان تحفظ عن ذكر المصدر
- 128 الإشارة بوضوح إلى تاريخ وصف مصدر الصور والفيديوهات
- 129 الابتعاد عن المفاهيم والعبارات التي تحمل تفسيرات متعددة
- فئة قاعدة الحياد وعدم التحيز في التغطية**
- 130 المحاباة في التغطية أو الرؤية أحادية الزاوية
- 131 الانتقائية والحذف الإخباري
- 132 تغييب الحقائق لخدمة وجهة نظر معينة
- 133 استخدام عناصر الإبراز بتحيز
- 134 عدم تناسب أهمية المادة مع مكانها وحجمها مع استخدام العناوين و الصور والجرافيك

فئة قاعدة الإنصاف والنزاهة

- 135 الأمانة في نقل ما حدث
- 136 الابتعاد عن تغيير ما قاله المصدر
- 137 عدم نشر الاتهامات دون أدلة واضحة
- 138 عدم إطلاق الأوصاف والأدوار التي قد تنم عن توجهات محددة سلفاً
- 139 الابتعاد عن السب والجرح وإلحاق الضرر بالأشخاص المعنيين في الأخبار

فئة قاعدة الدقة في عرض الأخبار

أ- دقة المعلومة

- 144 ذكر مصدر المعلومة
- 145 خلط المعلومة بالتحليلات والتكهنات الذاتية
- 146 ذكر المعلومة من مصدر مجهول
- 147 الاعتماد على مصادر موثوقة
- 148 حذف جزء من المعلومة
- 149 الدقة في الاسماء والأرقام

ب- دقة الصورة

- 150 ذكر مصدر الصورة
- 151 الحرص على الصوت الطبيعي
- 152 إقحام المؤثرات البصرية و الصوتية
- 153 تعبير الصورة عن الخبر

ج- دقة اللغة

- 154 الدقة في الترجمة
- 155 فصل المعلومة عن الرأي
- 156 استعمال المفردات الصحيحة
- 157 اعتماد الكلمات الفضفاضة
- 158 تجنب النعوت

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة باجي مختار عنابة
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم الإعلام والاتصال

الموضوع: استثمار استبيان

استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة دكتوراه علوم، قسم الإعلام والاتصال
جامعة باجي مختار عنابة، نقدم بين ايديكم استثمار استبيان حول:
القواعد المهنية للتغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية الأجنبية
الناطقة بالعربية "قناة France 24, BBC انموذجا"
-دراسة تحليلية وميدانية-

وأرجوا منكم التكرم بملء الاستمارة، علما أنها لا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.
في الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير، وشكرا على حسن تعاونكم.

تحت إشراف أ.د.:

العيفة جمال

من إعداد:

صليحة سليمان

السنة الجامعية: 1443 - 1444 هـ / 2022 م - 2023 م.

القواعد المهنية للتغطية الاخبارية في القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية
دراسة ميدانية

تهدف هذه الاستمارة إلى التعرف على تقييم الأساتذة الجزائريين المتخصصين في الإعلام والاتصال للقواعد المهنية في التغطية الاخبارية في القنوات الاخبارية الناطقة بالعربية France 24/ BBC

المحور الأول: المعلومات الشخصية

- 1- اسم المؤسسة الجامعية : ☐
- 2- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐
- 3- عدد سنوات الخبرة
أقل من 5 سنوات ☐ من 10-20 سنة ☐
من 5-10 سنوات ☐ أكثر من 20 سنة ☐
- 4- الرتبة الجامعية:
أستاذ مساعد ب ☐ أستاذ مساعد-أ ☐ أستاذ محاضر-ب ☐ أستاذ محاضر-أ ☐
بروفيسور ☐

المحور الثاني : متابعة أفراد العينة للقنوات التلفزيونية الاخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية :

س1: هل تتابع برامج القنوات الاخبارية ؟

- دائما ☐
غالبا ☐
أحيانا ☐
نادرا ☐
ابدا ☐

س2: ماهي القنوات التي تتابعها ؟

-
-
-
-

س3: هل تتابع قناتي BBC و France 24 ؟

France 24	BBC	
		دائما
		غالبا
		أحيانا
		نادرا
		أبدا

س 4 : حدد أهم المواد الاخبارية التي تحرص على متابعتها في القنوات الاخبارية التلفزيونية الأجنبية الناطقة بالعربية (يمكن اختيار أكثر من بديل)

- 1- النشرات الاخبارية . ☐
- 2- موجز الأخبار . ☐
- 3- البرامج الاخبارية . ☐
- 4- التحليلات الاخبارية . ☐

- 5- التعليقات الإخبارية ☐
- 6- التقارير الإخبارية ☐
- 7- عناوين الأخبار ☐
- 8- التغطيات المباشرة ☐

س5: هل تتابع نشرات الأخبار في قناتي BBC و France 24 ؟

France 24	BBC	
		دائما
		غالبا
		أحيانا
		نادرا
		أبدا

س6: ما متوسط الوقت الذي تقضيه في متابعة نشرات الأخبار ؟

France 24	BBC	
		أتابع النشرة كلها
		أتابع العناوين فقط
		أتابع نصف النشرة

المحور الثالث : اعتماد أفراد العينة على التغطية الإعلامية في القنوات التلفزيونية الإخبارية
التلفزيونية الناطقة بالعربية

س7: ما مدى اعتمادك على النشرات الإخبارية في متابعة الأزمات في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية ؟

- اعتمد عليها بدرجة كبيرة ☐
- بدرجة متوسطة ☐
- بدرجة منخفضة ☐

س8 : ماهي القضايا والأزمات التي تفضل متابعتها في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية ؟

- قضايا جزائرية ☐
- الصراع العربي الإسرائيلي ☐
- الأزمة الخليجية ☐
- الصراع الصيني الأمريكي ☐
- الصراع الروسي الأمريكي ☐
- الأزمات الإقليمية ☐
- الأزمات العالمية ☐

س9: كفاية المعلومات لفهم ابعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الإخبارية
الناطق بالةربية؟

France 24	BBC	القناة
		كفاية المعلومات
		كافية جدا
		كافية
		غير كافية
		غير كافية تماما

س 10 : ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في تغطية القنوات التلفزيونية الإخبارية الناطقة بالعربية ؟

France 24	BBC	الدرجة القناة
		بدرجة كبيرة
		بدرجة متوسطة
		إلى حد ما
		لا اثق فيها

المحور الرابع : تقييم حول وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (France 24 BBC)
1. وجود معيار وقاعدة الدقة في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة باللغة العربية (عينة الدراسة):

France 24					BBC					القناة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدرجة / المؤشرات
										تجنب المحتوى غير الصحيح
										تجنب اعتماد المعلومات الناقصة
										تجنب أخطاء المعلومات والأرقام
										الاعتماد على مصادر موثوقة
										وضع الاقتباس في السياق الذي وضع فيه
										إسناد المعلومات إلى مصادر لها
										الدقة في إثبات المصادر والأرقام والاحصائيات

1-2- وجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية للقنوات (عينة الدراسة)

France 24					BBC					القناة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدرجة / المؤشرات
										انتقاء المعلومة من المصدر الأساسي
										التأكد من مصدر البيان قبل بثه
										عدم خلط المعلومة بالتكهنات والتحليلات الذاتية
										توخي الحذر عند الحصول على شريط مصور مجهول المصدر

1-3- وجود قاعدة دقة الصورة في التغطية الإخبارية للقنوات (عينة الدراسة)

France 24					BBC					القناة

الدرجة / المؤشرات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
تختار الصورة المعبرة عن الخبر										
تصف الصورة الأرشيفية بأنها كذلك على الشاشة										
إقحام المؤثرات الصوتية أو البصرية لغرض فني فقط										
تستعمل لقطات مختلفة القريبة والبعيدة للتعبير عن الحدث										
الحرص على الصوت الطبيعي										
ذكر مصدر الصور المنقولة عن الأنترنت										

4-1- وجود قاعدة دقة اللغة في التغطية الإخبارية للقنوات (عينة الدراسة)

France 24					BBC					القناة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدرجة / المؤشرات
										تستعمل المفردة الصحيحة لا أختها
										توخي الدقة في الترجمة
										تترجم المقطع الصوتي كاملا و بدقة
										تجنب الكلمات الفضفاضة
										تنقل الرأي بكلمات صاحب الرأي نفسه مع فصلها عن المعلومة الأخرى في الخبر
										تجنب النعت ما أمكن

2-وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (عينة الدراسة)

France 24					BBC					القناة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدرجة / المؤشرات
										التوازن في استخدام اللغة بعيدا عن المبالغة
										التوازن في عرض المصادر
										التوازن في إعطاء مساحات متساوية لمختلف الأطراف ذات الصلة
										التوازن بين المصلحة العامة والمصلحة الخاصة
										التوازن في استخدام عناصر الإبراز والعناوين
										التنوع والتعددية في الرأي و الرأي الآخر

3-وجود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (عينة الدراسة)

France 24					BBC					القناة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدرجة / المؤشرات
										الإحاطة الشاملة بالموضوع
										الإجابة عن الشقيقات الست "من ماذا أين متى كيف لماذا "
										الإلمام بكل عناصر الموضوع
										الاتساق مع السياق
										استخدام الخلفيات لغرض التعريف واستكمال المادة الإخبارية

4-وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية

France 24					BBC					القناة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدرجة المؤشرات
										المحتوى محدد وواضح في ذكر الحقائق والأحداث والأشخاص
										الإشارة بوضوح إلى المعلومات التي لم تتحقق منها القناة
										يشار إلى تاريخ المحتوى الأرشيفي
										الابتعاد عن المفاهيم والعبارات التي تحمل تفسيرات متعددة
										لا يشير محتوى قديم على أنه خبر
										يشير المحتوى إلى كيفية الحصول على المعلومة حتى وإن تحفظ عن ذكر المصدر
										الإشارة بوضوح إلى تاريخ وصفة ومصدر الفيديوهات

5-وجود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية

France 24					BBC					القناة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدرجة / المؤشرات
										الانتقائية والحذف الإخباري وتغيب الحقائق لخدمة وجهة نظر معينة
										المحاباة في التغطية الإخبارية أو الرؤية أو حديث الزاوية
										استخدام عناصر الإبراز بتحيز
										عدم تناسب أهمية المادة مع مكانها وحجمها و استخدام العناوين و الصور والجرافيك
										عدم توافق العنوان مع النص

6-وجود قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية

France 24					BBC					القناة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدرجة / المؤشرات
										الأمانة في نقل ما حدث وما قيل
										عدم تحريف الخبر بعيدا عن الاختصار مما قد يفقده معناه
										الابتعاد عن تفسير ما قاله المصدر
										عدم إطلاق الأوصاف والأدوار التي قد تتم عن توجهات محددة سلفا
										الابتعاد عن السب و إلحاق الضرر بالأشخاص المعنيين في الأخبار
										عدم نشر الصور التي تسيء للأفراد و إن كانت

										الإساءة من القيمة الإخبارية للصورة
										عدم نشر الاتهامات بدون أدلة واضحة
										احترام خصوصية المواطنين و حقوق الضحايا

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة باجي مختار عنابة
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم الإعلام والاتصال

الموضوع: استثمارة استبيان

استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة دكتوراه علوم، قسم الإعلام والاتصال
جامعة باجي مختار عنابة، نقدم بين ايديكم استثمارة استبيان حول:
القواعد المهنية للتغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية الأجنبية
الناطقة بالعربية "قناة France 24, BBC انموذجا"
—دراسة تحليلية وميدانية—

وأرجوا منكم التكرم بملء الاستمارة، علما أنها لا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.
في الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير، وشكرا على حسن تعاونكم.

تحت إشراف أ.د.:

العيفة جمال

من إعداد:

صليحة سليمان

السنة الجامعية: 1443 - 1444 هـ / 2022 م - 2023 م.

تهدف هذه الاستمارة إلى التعرف على تقييم الصحفيين الجزائريين في القنوات التلفزيونية الإخبارية الجزائرية للقواعد المهنية في التغطية الإخبارية في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية France 24/ BBC

المحور الأول: المعلومات الشخصية

1. اسم القناة التلفزيونية الإخبارية :
2. الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐
3. عدد سنوات الخبرة
4. أقل من 5 سنوات ☐ من 10-20 سنة ☐
5. من 5-10 سنوات ☐ أكثر من 20 سنة ☐
6. الوظيفة داخل المؤسسة الإعلامية:

7. مستوى الدراسي:
- جامعي ☐ دراسات عليا ☐ دكتوراه ☐

المحور الثاني : متابعة أفراد العينة للقنوات التلفزيونية الإخبارية الأجنبية الناطقة بالعربية :

س1: هل تتابع برامج القنوات الإخبارية ؟

- دائما ☐
- غالباً ☐
- أحياناً ☐
- نادرًا ☐
- أبداً ☐

س2: ماهي القنوات التي تتابعها ؟

-

-

-

-

س3: هل تتابع قناتي BBC و France 24 ؟

France 24	BBC	
		دائما
		غالباً
		أحياناً
		نادرًا
		أبداً

س 4 : حدد أهم المواد الإخبارية التي تحرص على متابعتها في القنوات الإخبارية التلفزيونية الأجنبية الناطقة بالعربية (يمكن اختيار أكثر من بديل)

- 9- النشرات الإخبارية . ☐
- 10- موجز الأخبار . ☐
- 11- البرامج الإخبارية . ☐

- 12- التحليلات الإخبارية.
13- التعليقات الإخبارية
14- التقارير الإخبارية
15- عناوين الأخبار
16- التغطيات المباشرة

س5: هل تتابع نشرات الأخبار في قناتي BBC و France 24 ؟

France 24	BBC	
		دائما
		غالبا
		أحيانا
		نادرا
		أبدا

س6: ما متوسط الوقت الذي تقضيه في متابعة نشرات الأخبار ؟

France 24	BBC	
		أتابع النشرة كلها
		أتابع العناوين فقط
		أتابع نصف النشرة

المحور الثالث : اعتماد أفراد العينة على التغطية الإعلامية في القنوات التلفزيونية الإخبارية التلفزيونية الناطقة بالعربية

س7: ما مدى اعتمادك على النشرات الإخبارية في متابعة الأزمات في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية ؟

- اعتمد عليها بدرجة كبيرة
بدرجة متوسطة
بدرجة منخفضة

س8 : ماهي القضايا والأزمات التي تفضل متابعتها في القنوات الإخبارية الناطقة بالعربية ؟

- قضايا جزائرية
الصراع العربي الإسرائيلي
الأزمة الخليجية
الصراع الصيني الأمريكي
الصراع الروسي الأمريكي
الأزمات الإقليمية
الأزمات العالمية

س9: كفاية المعلومات لفهم ابعاد القضايا المقدمة في التغطية الإخبارية للقنوات التلفزيونية الإخبارية الناطقة بالعربية؟

France 24	BBC	القناة
		كفاية المعلومات
		كافية جدا
		كافية
		غير كافية
		غير كافية تماما

س 10: ما درجة ثقة أفراد عينة الدراسة في تغطية القنوات التلفزيونية الإخبارية الناطقة بالعربية ؟

الدرجة	القناة	BBC	France 24
بدرجة كبيرة			
بدرجة متوسطة			
إلى حد ما			
لا اثق فيها			

المحور الرابع : تقييم حول وجود القواعد المهنية في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (France 24 BBC)
2. وجود معيار وقاعدة الدقة في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية (عينة الدراسة):

France 24					BBC					القناة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدرجة / المؤشرات
										تجنب المحتوى غير الصحيح
										تجنب اعتماد المعلومات الناقصة
										تجنب أخطاء المعلومات والأرقام
										الاعتماد على مصادر موثوقة
										وضع الاقتباس في السياق الذي وضع فيه
										إسناد المعلومات إلى مصادر لها
										الدقة في إثبات المصادر والأرقام والاحصائيات

2-1- وجود قاعدة دقة المعلومة في التغطية الإخبارية للقنوات عينة الدراسة :

France 24					BBC					القناة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدرجة / المؤشرات
										انتقاء المعلومة من المصدر الأساسي
										التأكد من مصدر البيان قبل بثه
										عدم خلط المعلومة بالتكهنات والتحليلات الذاتية
										توخي الحذر عند الحصول على شريط مصور مجهول المصدر

3-1- وجود قاعدة دقة الصورة في التغطية الإخبارية للقنوات عينة الدراسة

France 24					BBC					القناة

الدرجة / المؤشرات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
تختار الصورة المعبرة عن الخبر										
تصف الصورة الأرشيفية بأنها كذلك على الشاشة										
إقحام المؤثرات الصوتية أو البصرية لغرض فني فقط										
تستعمل لقطات مختلفة القريبة والبعيدة للتعبير عن الحدث										
الحرص على الصوت الطبيعي										
ذكر مصدر الصور المنقولة عن الأنترنت										

4-1- وجود قاعدة دقة اللغة في التغطية الإخبارية للقنوات عينة الدراسة

France 24					BBC					القناة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدرجة / المؤشرات
										تستعمل المفردة الصحيحة لا أختها
										توخي الدقة في الترجمة
										تترجم المقطع الصوتي كاملا و بدقة
										تجنب الكلمات الفضفاضة
										تنقل الرأي بكلمات صاحب الرأي نفسه مع فصلها عن المعلومة الأخرى في الخبر
										تجنب النعت ما أمكن

2-وجود قاعدة التوازن في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية(عينة الدراسة)

France 24					BBC					القناة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدرجة / المؤشرات
										التوازن في استخدام اللغة بعيدا عن المبالغة
										التوازن في عرض المصادر
										التوازن في إعطاء مساحات متساوية لمختلف الأطراف ذات الصلة
										التوازن بين المصلحة العامة والمصلحة الخاصة
										التوازن في استخدام عناصر الإبراز والعناوين
										التنوع والتعددية في الرأي و الرأي الآخر

3-وجود قاعدة الشمولية والتكامل في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية عينة الدراسة

France 24					BBC					القناة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدرجة / المؤشرات
										الإحاطة الشاملة بالموضوع
										الإجابة عن الشقيقات الست "من ماذا أين متى كيف لماذا "
										الإلمام بكل عناصر الموضوع
										الاتساق مع السياق
										استخدام الخلفيات لغرض التعريف واستكمال المادة الإخبارية

4-وجود قاعدة الوضوح في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية

France 24					BBC					القناة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدرجة المؤشرات
										المحتوى محدد وواضح في ذكر الحقائق والأحداث والأشخاص
										الإشارة بوضوح إلى المعلومات التي لم تتحقق منها القناة
										يشار إلى تاريخ المحتوى الأرشيفي
										الابتعاد عن المفاهيم والعبارات التي تحمل تفسيرات متعددة
										لا يشير محتوى قديم على أنه خبر
										يشير المحتوى إلى كيفية الحصول على المعلومة حتى وإن تحفظ عن ذكر المصدر
										الإشارة بوضوح إلى تاريخ وصفة ومصدر الفيديوهات

5-وجود قاعدة عدم التحيز (الحياد) في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية

France 24					BBC					القناة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدرجة / المؤشرات
										الانتقائية والحذف الإخباري وتغيب الحقائق لخدمة وجهة نظر معينة
										المحاباة في التغطية الإخبارية أو الرؤية أو حديث الزاوية
										استخدام عناصر ال إبراز بتحيز
										عدم تناسب أهمية المادة مع مكانها وحجمها و استخدام العناوين و الصور والجرافيك
										عدم توافق العنوان مع النص

6-وجود قاعدة الأنصاف والنزاهة في التغطية الإخبارية للقنوات الإخبارية الناطقة بالعربية

France 24					BBC					القناة
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الدرجة / المؤشرات
										الأمانة في نقل ما حدث وما قيل
										عدم تحريف الخبر بعيدا عن الاختصار مما قد يفقده معناه
										الابتعاد عن تفسير ما قاله المصدر
										عدم إطلاق الأوصاف والأدوار التي قد تتم عن توجهات محددة سلفا
										الابتعاد عن السب و إلحاق الضرر بالأشخاص المعنيين في الأخبار
										عدم نشر الصور التي تسيء للأفراد و إن كانت

										الإساءة من القيمة الإخبارية للصورة
										عدم نشر الاتهامات بدون أدلة واضحة
										احترام خصوصية المواطنين و حقوق الضحايا